

# **STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



**OLEH  
SRI RAHAYU  
NIM. 13148102**

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2018**

# **STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV**

## **TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Disusun guna memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S1)  
Program Studi Televisi dan Film  
Jurusan Seni Media Rekam



Oleh :  
**SRI RAHAYU**  
**NIM. 13148102**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**  
**INSTITUT SENI INDONESIA**  
**SURAKARTA**  
**2018**

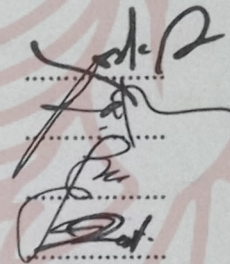
**PENGESAHAN**  
**TUGAS AKHIR SKRIPSI**  
**STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV**

Oleh  
**SRI RAHAYU**  
NIM.13148102

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan tim penguji  
pada tanggal 02 Pebruari 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji	: Cito Yasuki Rahmad, S.Sn., M.Sn
Penguji Bidang	: Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn
Pembimbing	: Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., M.Sn
Sekretaris Penguji	: N.R.A. Candra Dwi Atmaja, S.Sn., M.Sn



Skripsi ini telah diterima sebagai  
salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana seni (S.Sn)  
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 02. Pebruari 2018  
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



**Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A**  
NIP. 197207082003121001



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Rahayu

NIM : 13148102

menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Skripsi/Karya) berjudul:

### **STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV**

adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 12 Januari 2018

Yang menyatakan,



Sri Rahayu

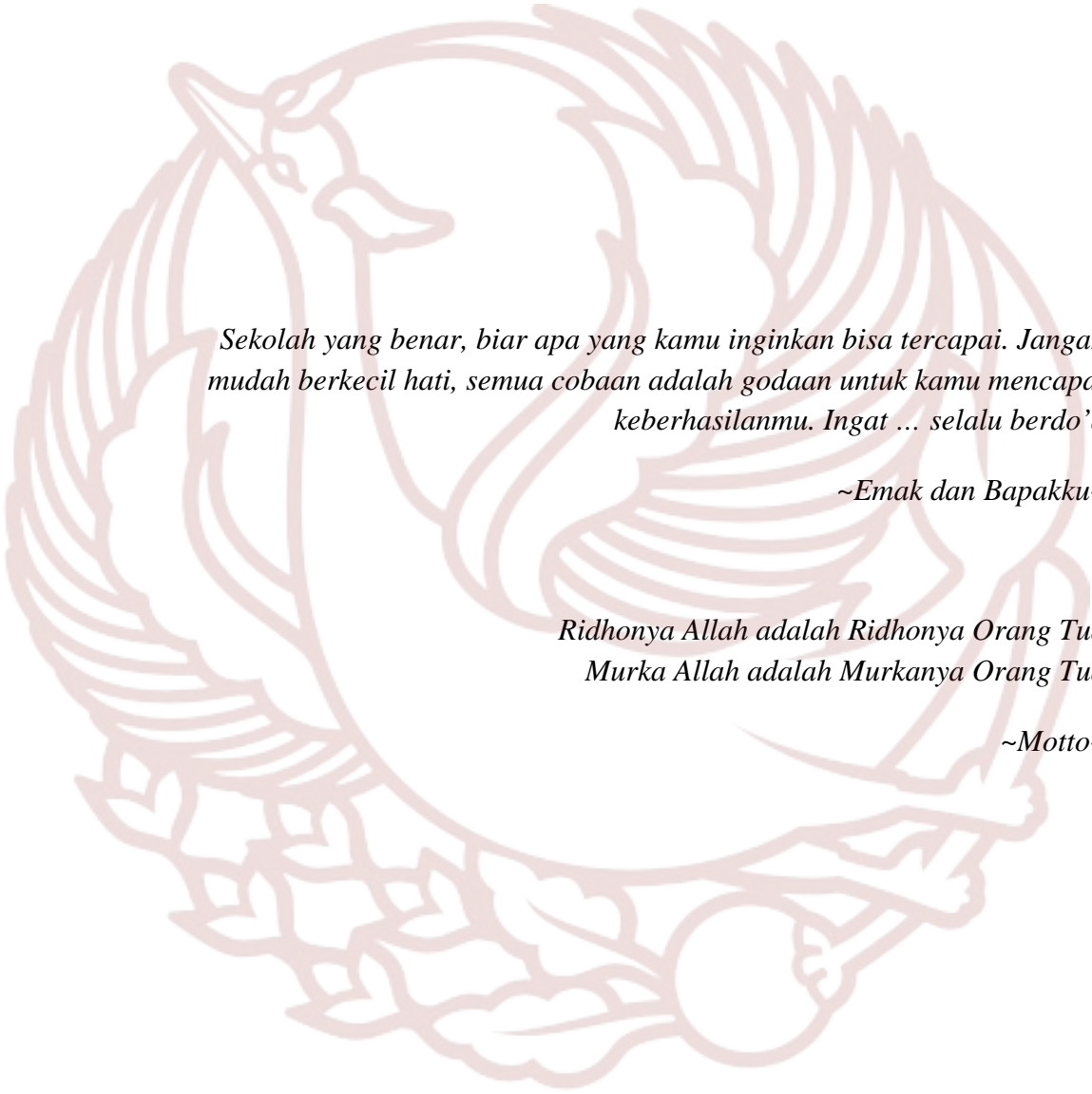
NIM. 13148102





## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku, kelima saudaraku, dosen pembimbingku, dan semua yang telah mendukung dalam setiap proses belajarku



*Sekolah yang benar, biar apa yang kamu inginkan bisa tercapai. Jangan mudah berkecil hati, semua cobaan adalah godaan untuk kamu mencapai keberhasilanmu. Ingat ... selalu berdo'a*

*~Emak dan Bapakku~*

*Ridhonya Allah adalah Ridhonya Orang Tua  
Murka Allah adalah Murkanya Orang Tua*

*~Motto~*



## ABSTRAK

**“Strategi Program *Hard News* Kompas TV”. (Sri Rahayu, i-153) Skripsi Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.**

Penelitian ini mendiskripsikan permasalahan tentang strategi program *hard news* yang dilakukan oleh Kompas TV. Objek penelitian ini adalah program *hard news* pada Kompas TV yang diteliti dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling bertujuan (*Purposive Sampling*). Pengumpulan data menggunakan metode observasi partisipatif, wawancara, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh produser dan tim *programming* di Kompas TV meliputi strategi dalam perencanaan program yang terdiri dari penyusunan produk program, dan promosi program. Strategi dalam produksi sendiri (*in house production*) dan pembelian program melalui tiga sistem. Strategi pada eksekusi program meliputi penayangan program sesuai pola siar dan sesuai dengan target penonton. Selain itu strategi pengawasan program dilakukan melalui *quality control* yang secara internal oleh produser dan tim *programming* yang mengacu pada P3SPS dan pengawasan secara eksternal oleh KPI, serta strategi yang di susun melalui evaluasi secara harian dan mingguan. Strategi program digunakan oleh Kompas TV untuk dapat bersaing dengan stasiun penyiaran berita kompetitor serta guna menambah nilai profit bagi Kompas TV.

**Kata kunci:** Strategi Program, Program Berita, *Hard News*, dan Kompas TV

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan motivasi yang selama ini telah diberikan baik secara langsung maupun tidak, sehingga laporan ini dapat terselesaikan, antara lain kepada:

1. Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, saran, motivasi, serta pembimbingan selama dalam proses tugas akhir skripsi.
2. Sri Wastiwi S.Sn, M.Sn. selaku dosen pembimbing akademik yang telah bersedia membimbing selama masa perkuliahan.
3. Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn, N.R.A. Candra Dwi Atmaja, S.Sn., M.Sn, Widhi Nugroho S.Sn., M.Sn, dan Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A. selaku dosen dan penguji selama tahap ujian *review*, kelayakan dan pendadaran yang telah memberikan kritik, saran dan arahan dalam penyusunan tugas akhir skripsi.
4. Cito Yasuki Rahmad, S.Sn., M.Sn. selaku dosen dan Ketua Penguji dalam Ujian Pendadaran Tugas Akhir Skripsi, sekaligus Ketua Jurusan Seni Media Rekam.
5. Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



6. Much. Sofwan Zarkasi, S.Sn., M.Sn. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Seni Rupa dan Desain
7. Titus Soepono Adji, S.Sn., M.A. selaku Kepala Program Studi Televisi dan Film Fakultas Seni Rupa dan Desain.
8. Emak dan Bapakku tercinta yang selalu memberi dukungan secara materil dan moril kepada penulis untuk selalu berusaha dalam mencapai hasil yang terbaik.
9. Desy Hartini, yang telah sabar dan bersedia untuk menjadi narasumber, membantu, dan secara sukarela menghubungkan penulis dengan narasumber pada skripsi ini.
10. Eko Wahyu Tawantoro, Donny Nurpatia, Ahmad Rifani, Ferissa Djohan, Pascalis Iswari, Yophiadi Setiawan, dan Hardjuno Pramundito yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian tugas akhir skripsi terkait dengan strategi program di Kompas TV.
11. Teman-temanku Televisi dan Film Angkatan 2013 yang saling memberikan dukungan untuk berjuang bersama selama dalam proses skripsi.
12. Eko Reffa Rangga yang menjadi penyemangat, memotivasi, menemani dan saling mendukung dalam proses tugas akhir.
13. Teman-teman Kos Griya Kinanthi dan Kos Sekar Gading yang bersedia menjadi keluarga kedua di perantauan.

14. Teman-teman Organisasi Mahasiswa BEM Institut 2014, BEM FSRD 2015, DAM 2016 dan Korps Sukarela (KSR) yang mengajari arti berorganisasi.

15. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan secara detail yang telah membantu dalam bentuk apapun untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, semoga Allah S.W.T membalas semua kebaikan dan bantuan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan tugas akhir ini, dengan senang hati penulis menerima kritik dan saran yang diharapkan dapat membantu penulis agar lebih baik kedepannya.

Surakarta, 11 Januari 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO HIDUP .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Kerangka Pikir .....	11
G. Metode Penelitian .....	32
H. Sistematika Penulisan .....	43
BAB II KOMPAS TV SEBAGAI STASIUN PENYIARAN BERITA	
A. Perkembangan Kompas TV .....	45
B. Logo, Visi, dan Misi Kompas TV .....	48
C. Target Segmentasi Kompas TV .....	51
D. Area Jangkauan Kompas TV .....	54
E. Manajemen Kompas TV .....	58
F. Susunan Organisasi Divisi <i>News</i> dan <i>Current Affair</i> .....	63
G. Program <i>Hard News</i> Kompas TV .....	69

1. <i>Kompas Pagi</i> .....	70
2. <i>Kompas Siang</i> .....	72
3. <i>Kompas Petang</i> .....	77
4. <i>Kompas Malam</i> .....	79
5. <i>Kompas Dunia</i> .....	81
6. <i>Berita Utama</i> .....	84
7. <i>Indonesia Update</i> .....	86

### BAB III STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV

A. Perencanaan Program .....	91
1. Produk Program .....	92
a. Penyusunan Konten Program Berita .....	93
b. Penyajian Berita .....	102
c. Komposisi Siaran Kompas TV .....	112
2. Promosi Program .....	116
a. Promosi melalui Media Sosial .....	115
b. Promosi Tayangan .....	120
B. Produksi dan Pembelian Program .....	123
1. Program yang dibuat sendiri ( <i>In- House Production</i> ) .....	123
a. Berdasarkan Kebutuhan <i>Slot</i> .....	123
b. Berdasarkan Ide dari Tim Produksi .....	124
2. Pembelian Program (Akuisisi) .....	129
C. Eksekusi Program .....	131
1. Penayangan Program Sesuai Pola Siar .....	131
2. Penayangan Program Sesuai dengan Sasaran Penonton .....	133
D. Pengawasan dan Evaluasi Program .....	138
1. Pengawasan Program .....	138
2. Evaluasi Program .....	141

### BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan .....	147
B. Saran .....	146



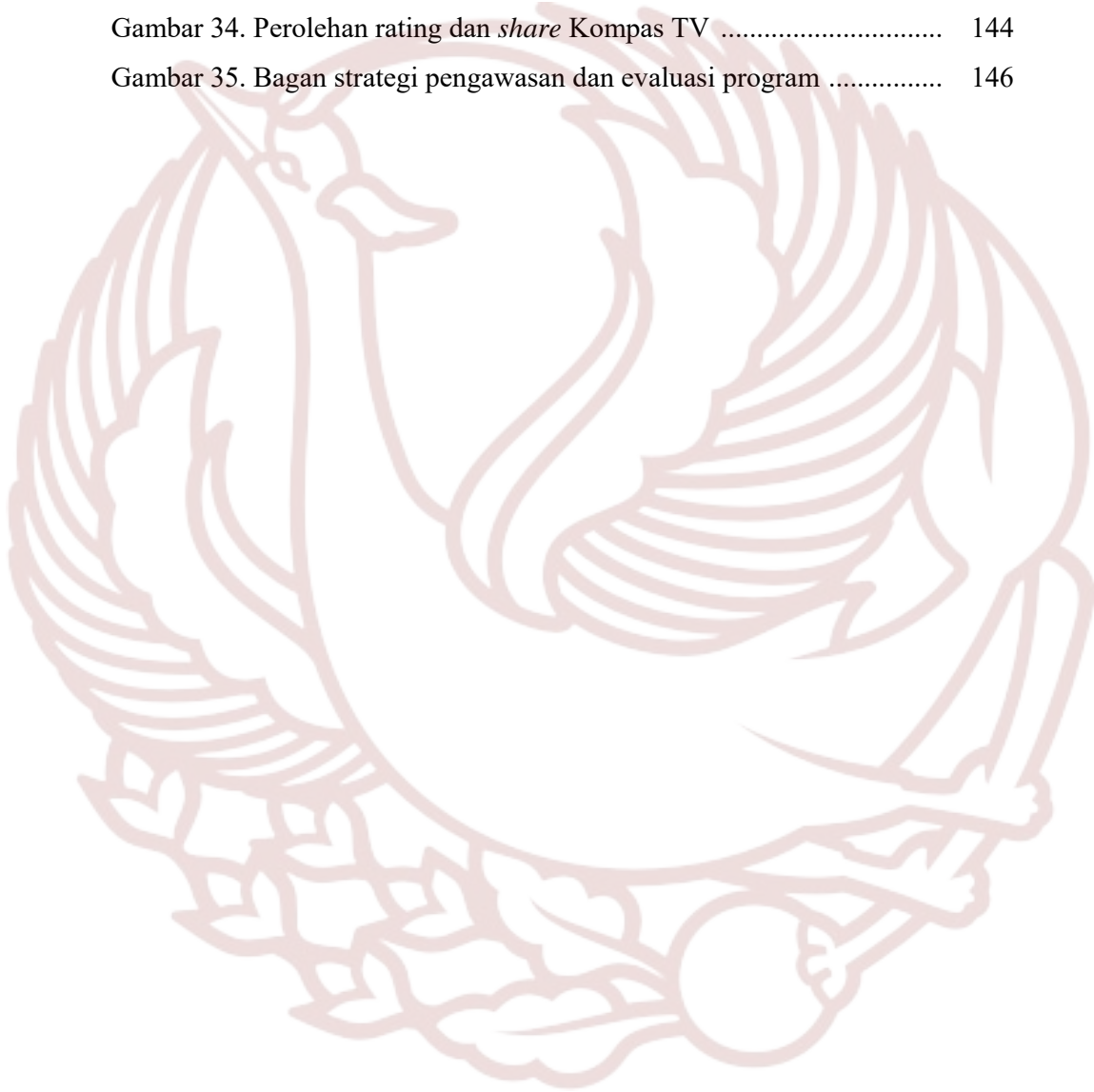
DAFTAR ACUAN .....	151
LAMPIRAN .....	154



## DAFTAR GAMBAR

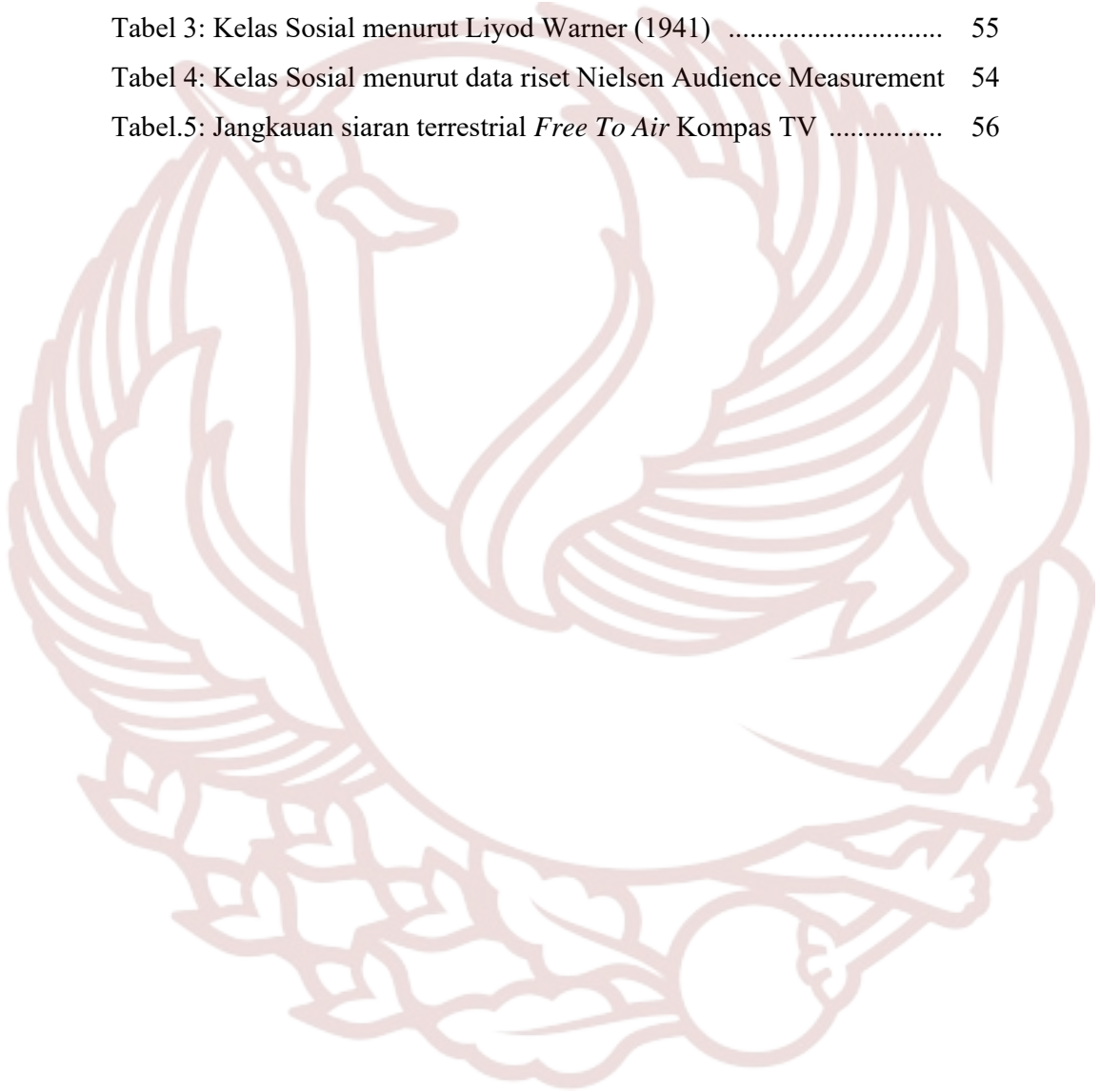
Gambar 1. Bagan Alur Penelitian .....	31
Gambar 2. Model analisis data interaktif Miles dan Huberman .....	43
Gambar 3. Logo KOMPAS TV .....	49
Gambar 4. Struktur Organisasi Kompas Gramedia Grup .....	59
Gambar 5. Struktur Organisasi Kompas Gramedia Grup TV .....	60
Gambar 6. Struktur Organisasi Kompas TV .....	62
Gambar 7. Struktur Organisasi Divisi <i>News</i> Kompas TV .....	64
Gambar 8. Alur Organisasi divisi <i>News</i> Kompas TV .....	65
Gambar 9. Program <i>Kompas Pagi</i> .....	70
Gambar 10. Program <i>Kompas Petang</i> .....	78
Gambar 11. Pendapat pengamat militer mengenai pengadaan senjata api .....	88
Gambar 12. Program <i>Kompas Malam</i> .....	81
Gambar 13. Program <i>Kompas Dunia</i> .....	82
Gambar 14. Program <i>Berita Utama</i> .....	86
Gambar 15. Program <i>Update</i> .....	88
Gambar 16. Gaya penyampaian Frisca Clarissa menyampaikan berita ....	103
Gambar 17. Raut wajah Frisca Clarissa saat menyampaikan berita .....	104
Gambar 18. <i>Handy Talky</i> yang digunakan pembaca berita .....	105
Gambar 19. Dialog Aiman dengan kriminolog .....	107
Gambar 20. Dialog Fristian Griec bersama Akbar Tanjung .....	118
Gambar 21. Dialog Fristian Griec bersama .....	109
Gambar 22. Situasi pasca ledakan bom di Kampung Melayu .....	111
Gambar 23. Sidang kedua Ahok pada tanggal 20 Desember 2016 .....	112
Gambar 24. Komposisi Siaran Kompas TV .....	113
Gambar 25. Promosi program melalui media sosial <i>twitter</i> .....	117
Gambar 26. Proses promosi program melalui media sosial <i>Twitter</i> .....	118
Gambar 27. Promosi program melalui <i>twitter</i> dan <i>facebook</i> Kompas TV. ....	119
Gambar 28. Promosi tayangan <i>ID Program</i> .....	120
Gambar 29. Bagan strategi perencanaan program Kompas TV.....	122

Gambar 30. Bagan strategi produksi dan pembelian program.....	130
Gambar 31. Hasil data identitas penonton Kompas TV .....	135
Gambar 32. Bagan strategi eksekusi program .....	137
Gambar 33. Cuplikan kecelakaan yang terjadi di Cianjur, Jawa Barat .....	140
Gambar 34. Perolehan rating dan <i>share</i> Kompas TV .....	144
Gambar 35. Bagan strategi pengawasan dan evaluasi program .....	146



## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Analisa target penonton berdasarkan usia .....	52
Tabel 2: Analisa target penonton berdasarkan usia .....	52
Tabel 3: Kelas Sosial menurut Liyod Warner (1941) .....	55
Tabel 4: Kelas Sosial menurut data riset Nielsen Audience Measurement	54
Tabel.5: Jangkauan siaran terrestrial <i>Free To Air</i> Kompas TV .....	56





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era globalisasi Indonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan, khususnya pada teknologi media penyiaran. Televisi merupakan media massa yang dinamis serta atraktif dan merupakan media hasil kreativitas yang mendorong keingintahuan, dengan memiliki daya rangsang yang cukup tinggi dengan kekuatan karakteristik televisi itu sendiri, yaitu audio visual. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan industri televisi di Indonesia cukup pesat. Bahkan saat ini banyak bermunculan stasiun televisi yang menawarkan sajian dengan berbagai program acara, sehingga menambah pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, pendidikan, dan hiburan.

Fakta bahwa televisi bisa menjadi sumber informasi melalui pengemasan program-program yang disajikan. Hakikatnya sumber hiburan juga konsisten dengan pandangan bahwa materi juga dapat bersifat informasional. Program-program informasional dikonstruksikan dengan cara tertentu, sehingga menyenangkan untuk ditonton (Burton, 2011:81). Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahukan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*. Program acara informasi biasanya dikemas dengan jenis berita keras (*hard news*), *straight news*, *feature*, *infotainment*, berita lunak (*soft news*), *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan program *talk show* (Morissan, 2009:217).

Kompas Gramedia TV (KGTV) dilaksanakan dengan mendirikan PT Gramedia Media Nusantara pada tahun 2008 dengan *brand name* Kompas TV. Kompas TV adalah sebuah perusahaan media yang menyajikan konten tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia. Sesuai dengan visi misi yang diusung, Kompas TV mengemas program *news*, *adventure & knowledge*, dan *entertainment* yang mengedepankan kualitas. Konten program *news* Kompas TV adalah program berita yang tegas, terarah, dan memberi harapan. Selain itu, untuk program lainnya, Kompas TV menekankan pada eksplorasi Indonesia, baik kekayaan alam, khasanah budaya, Indonesia kini, hingga talenta berprestasi (Kompas TV, 2016). Tumbuh dalam industri televisi komersial dengan persaingan yang sangat ketat, Kompas TV berusaha untuk tetap berada pada koridor visi misi sehingga dapat selalu menyajikan program tayangan inspiratif dan informatif dengan kemasan menarik bagi keluarga Indonesia. Bagi sebuah stasiun televisi, adalah tanggung jawab besar untuk turut membentuk moral bangsa (Kompas TV, 2016).

Kompas TV adalah salah satu stasiun televisi nasional yang baru di awal tahun 2016 ini memantapkan statusnya menjadi stasiun penyiaran berita. Kompas TV berhasil meneguhkan citranya sebagai stasiun penyiaran berita, sejak Rosianna Silalahi masuk dan menjadi Pemimpin Redaksi. Terlihat dari program-programnya yang mulai bergerak ke arah program informasi, semacam program *Sapa Indonesia* yang ada dua kali sehari. Kompas TV juga berusaha mengurangi program-program hiburan, dan membuat koalisi serius antara divisi *news* dan produksi, seperti yang dilakukan dalam program *Sapa*

*Indonesia* dan *Plus Minus*. Terlihat dari *credit title* program-program yang mulai memunculkan jabatan Pemimpin Redaksi dan Wakil Pemimpin Redaksi.

Kompas TV harus bersaing ketat dengan iNews TV, TVOne, Metro TV, Berita satu, dan CNN Indonesia sebagai televisi kompetitor. Namun, karena dua stasiun TV terakhir punya *coverage* siaran terbatas, maka saingan Kompas TV secara umum hanya tiga stasiun TV yang pertama. Ketiga stasiun televisi kompetitor tersebut menyajikan komposisi program berita dengan porsi yang hampir sama dengan Kompas TV. TVOne sampai saat ini masih jadi *market leader* di antara stasiun TV berita, di urutan kedua ada Metro TV dan terakhir yang baru berubah nama iNews TV dari Sindo TV pada 2015. Kompas TV punya keunggulan dengan pemirsa TV yang sudah bisa mempercayai Kompas TV karena berita-beritanya yang tak kalah dengan stasiun televisi berita TVOne atau MetroTV. Selain itu Kompas TV lahir dan tumbuh dengan latar belakang tradisi jurnalistik yang kuat, yaitu *Harian Kompas*, inilah yang memperkuat Kompas TV menjadi stasiun penyiaran berita.

Kompas TV pada bulan Pebruari 2016 ini memantap diri menjadi stasiun penyiaran berita melalui program acara *Suara Indonesia*, sehingga Kompas TV mengalami masa peralihan dari stasiun televisi dengan konten hiburan menjadi stasiun penyiaran yang berkonsentrasi pada program berita. Sebagai stasiun penyiaran yang baru, Kompas TV memerlukan strategi program khususnya program *hard news* untuk dapat bersaing dengan stasiun penyiaran berita yang berdiri terlih dahulu. Strategi program tersebut juga

dipergunakan untuk menambah nilai profit bagi Kompas TV. Berkat strategi yang disusun, Kompas TV sebagai stasiun penyiaran yang baru berhasil meraih penghargaan berhasil meraih penghargaan program berita terbaik anugerah KPI pada program *Kompas Siang* tahun 2016. Transformasi Kompas TV menjadi salah satu stasiun penyiaran khusus berita tidak lepas dari seorang produser dan *programmer*, untuk mengatur strategi pemrograman acara yang dimilikinya. Dalam uraian tersebut merupakan strategi yang digunakan Kompas TV pada program *hard news* menjadi penting diteliti untuk dapat mengetahui bagaimana penerapan strategi program *hard news* yang dilakukan Kompas TV dalam menyusun dan mengembangkan program siarannya.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hal-hal yang sudah dijabarkan pada latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini lebih dibatasi hanya pada: bagaimana strategi program *hard news* yang dilakukan oleh Kompas TV?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dijelaskan yaitu: mendiskripsikan program berita *hard news* Kompas TV dan menganalisis strategi program yang dilakukan oleh Kompas TV.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian mengenai strategi program *hard news* Kompas TV sebagai televisi berita adalah:

##### **1. Manfaat secara akademis**

- a. Berkontribusi dalam pengkajian bidang ilmu pertelevisian selanjutnya, khususnya mengenai strategi pemrograman pada stasiun televisi di Indonesia.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon peneliti lain, untuk melakukan penelitian sejenis maupun penelitian-penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat secara praktis**

- a. Penelitian ini dapat memberikan referensi bagi para mahasiswa yang bergerak di bidang penyiaran pertelevisian, untuk menjadi *programmer* televisi dalam membuat strategi program yang sesuai dengan visi dan misi stasiun televisi yang dituju.
- b. Penelitian ini dapat memberikan pengenalan kepada masyarakat mengenai stasiun televisi yang menjadi media penyiaran berita.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Ada beberapa buku dan skripsi yang didapat berdasarkan pencarian melalui studi pustaka maupun internet yang dapat dijadikan sebagai kajian dan

referensi dalam proses penelitian “Strategi Program *Hard News* Kompas TV” adalah:

1. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, yang ditulis oleh Morissan M.A pada tahun 2009. Buku ini menjelaskan secara mendalam mengenai strategi sebuah manajemen penyiaran. Buku ini juga membahas mengenai sistem penyiaran, teknik penyiaran, sejarah penyiaran serta berbagai hal mengenai manajemen penyiaran. Dalam buku ini penulis fokus pada strategi program media penyiaran terdiri atas perencanaan program yang mencakup rencana jangka pendek, menengah, jangka panjang serta mengetahui target audience. Program dirancang oleh departemen program yang bertugas memilih, menyusun acara yang mempertimbangkan *product* (Program sebagai produk), *price* (harga program termasuk biaya produksi), *promotion* (proses promosi program) dan *place* (distribusi program) Peran dari buku *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* dalam penelitian ini yaitu untuk membantu memahami sistem manajemen media serta strategi program media penyiaran.
2. *Teknik Produksi Program Televisi* yang ditulis oleh Fred Wibowo pada tahun 2007. Dalam buku ini penulis terfokus pada bahasan mengenai bagaimana merencanakan sebuah program televisi dari proses perencanaan dengan mempertimbangkan materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, sumber daya manusia atau tata

kelola organisasi dalam pelaksanaan produksi serta tahapan pelaksanaan produksi program televisi mulai dari pra produksi (ide, perencanaan dan persiapan), produksi (pelaksanaan) sampai pasca produksi (penyelesaian). Buku ini menjadi referensi penting bagi penelitian ini karena dapat menjadi acuan bagi peneliti untuk menyusun deskripsi mengenai tahapan dalam merencanakan suatu program.

3. *Dasar-Dasar Penyiaran: sejarah, organisasi, operasional dan regulasi* karya Hidayanto Djamal dan Andi Facruddin tahun 2011. Buku ini membahas mengenai pengertian program siaran yang dapat didefinisikan sebagai salah satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan yang tercantum dalam bab 7. Pengertian bahwa siaran keseluruhan stasiun penyiaran terdiri dari beberapa program siaran yang masing-masing menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi yang tergantung dari jenis programnya, serta bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing* yang menjelaskan secara rinci bagaimana menulis berita televisi, dari hal-hal teori hingga hal teknik yang digunakan dalam produksi berita televisi. Buku ini membantu penulis dalam mendiskripsikan penempatan waktu tayang dan teknik yang digunakan dalam menyusun program *hard news* yang ada di Kompas TV.

Selain dari buku-buku yang sudah dijabarkan, masih banyak buku-buku lainnya yang digunakan untuk membantu dalam proses penelitian ini selanjutnya hingga penelitian ini dirasa sudah sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Tidak hanya dari buku-buku peneliti juga mencari referensi dari sumber lain yakni hasil skripsi yang sudah ada sebelumnya untuk meningkatkan pemahaman selanjutnya. Adapun referensi skripsi yang menjadi referensi dalam penelitian ini yaitu:

1. Ari Puguh Sulistya (2014), Program Studi Televisi dan Film, Institut Seni Indonesia Surakarta berjudul “Strategi Manajemen Media Penyiran *Music Television (MTV) Network United Kingdom & Ireland*”. Skripsi ini membahas mengenai strategi manajemen penyiaran dengan tiga pilar kunci sukses sebuah penyiaran yaitu program, pemasaran, dan teknik, sedangkan pada penelitian “Strategi Program *Hard News Kompas TV*” ini bukan meneliti mengenai strategi manajemen Kompas TV namun lebih kepada strategi program yang digunakan.
2. Erni Yohanita (2015), Program Studi Televisi dan Film, Institut Seni Indonesia Surakarta berjudul “Strategi Pemrograman UseeTV”. Skripsi ini membahas mengenai strategi program UseeTV sebagai penyedia media *platform* dengan memanfaatkan *New Media* dalam mengembangkan program siarannya. UseeTV merupakan televisi berlangganan, sedangkan pada penelitian “Strategi Program *Hard News Kompas TV*” ini lebih meneliti



mengenai strategi program yang digunakan oleh stasiun penyiaran yang memiliki fokus siaran adalah program berita.

3. Bagus Handoko (2006), Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berjudul “Strategi Penyiaran Program Acara Ratih TV sebagai Televisi Publik Lokal Kabupaten Kebumen”. Skripsi ini membahas mengenai strategi penyiaran Ratih TV dalam menyajikan program-program acara *televisi public local* Kabupaten Kebumen. Sedangkan pada penelitian sedangkan pada penelitian “Strategi Program *Hard News* Kompas TV” ini bukan meneliti mengenai strategi program stasiun televisi lokal namun lebih pada strategi program yang digunakan oleh televisi swasta Kompas TV.
4. Pratika Diah Vivanda (2014), Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, menulis penelitian mengenai “Strategi Program dalam Upaya Mempertahankan Rating pada Program *Talk Show* “Ceriwis” Trans TV” Penelitian pada ranah institusi ini menggunakan observasi partisipasi, wawancara, dan pustaka pada departemen *entertainment*. Menggunakan kerangka pendekatan teori strategi program Morissan. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam memilih pendekatan teori namun penelitian ini hanya fokus pada satu program saja, sedangkan pada penelitian “Strategi Program *Hard News* Kompas TV” ini lebih meneliti mengenai strategi

program yang digunakan oleh Kompas TV sebagai institusi penyiaran berita.

5. Desitha (2015), Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, menulis penelitian mengenai “Strategi Program Siaran Berita Halo Indonesia di DAAI TV”. Penelitian pada ranah institusi menggunakan penelitian bersifat deskriptif pembahasan berkaitan dengan strategi program yang dilakukan oleh DAAI TV dalam penayangan siaran *Halo Indonesia*. Penelitian ini sama-sama membahas mengenai program berita, namun pada penelitian “Strategi Program *Hard News* Kompas TV” ini lebih meneliti mengenai strategi program berita *hard news* yang Kompas TV.

Berdasarkan beberapa hasil skripsi di atas, terdapat kesamaan dalam membahas mengenai sebuah strategi, namun dengan fokus dan objek yang berbeda. Skripsi yang disampaikan semuanya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Bidang pembahasan penelitian yang sebelumnya sama-sama membahas mengenai sebuah strategi sebuah stasiun televisi.

Namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan objek yang memiliki status baru menjadi sebuah stasiun televisi yang memiliki konsentrasi program siarannya adalah informasi (berita), dan penelitian ini tergolong baru sejak Kompas TV berdiri sebagai stasiun televisi berita pada Februari 2016 lalu. Selain itu berdasarkan hasil pengamatan dan pencarian baik dari studi pustaka maupun internet belum ada yang secara

khusus membahas mengenai strategi program televisi berita, dengan objek khusus penelitian Kompas TV. Penelitian “Strategi Program *Hard News* Kompas TV” ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, karena penelitian ini dengan fokus pada strategi program yang digunakan oleh Kompas TV.

#### **F. Kerangka Pikir**

Berdasarkan tinjauan latar belakang, tujuan, serta judul yang telah ditentukan dalam penelitian berjudul Strategi Program *Hard News* Kompas TV. Maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana langkah yang dilakukan Kompas TV untuk menyusun dan mengembangkan strategi program *hard news* yang dimiliki.

Kompas TV merupakan stasiun televisi swasta yang bersifat komersial. Bersifat komersial berarti stasiun swasta didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha sah lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Stasiun penyiaran swasta diselenggarakan melalui sistem terrestrial dan atau melalui sistem satelit secara analog atau digital, (Morissan, 2009:88). Selain itu Kompas TV juga termasuk stasiun televisi berjejaring, yang di mana sejumlah stasiun lokal bergabung untuk menyiarkan program secara bersama-sama. Kompas TV juga termasuk sebagai media penyiaran berita karena mempunyai format siaran berita dengan beberapa aspeknya seperti, *headline news*, *breaking news*, berita tetap (siang, malam), wawancara eksklusif, laporan investigasi, ulasan ekonomi/ politik.

## 1. Jenis Berita

Pada prinsipnya penyelenggaraan siaran di stasiun televisi umum terbagi menjadi dua, yakni siaran artistik dan karya jurnalistik. Siaran karya jurnalistik merupakan produksi acara televisi yang mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas atau peristiwa yang terjadi. Seperti halnya berita di media cetak dalam jurnalistik televisi juga terdapat beberapa jenis berita televisi.

Program informasi di televisi sesuai dengan namanya, yaitu memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*) (Morissan, 2008:25).

### a. Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras (*hard news*) adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi sebagai sumber utama *hard news* bagi masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Media penyiaran adalah media media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat. Dalam berita-berita



mengenai konflik, televisi menyajikan gambar yang menjadi bukti yang tak terbantahkan.

Menurut Onong, JB Wahyudi dalam buku Askurifani Baksin berjudul *Jurnalistik Televisi* menyebutkan bahwa berita *hard news* termasuk berita terkini. Berita terkini adalah uraian peristiwa dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan terjadi pada hari ini (*news of the day*). Berita terkini bersifat *time concern*, yaitu penyajiannya sangat terikat pada waktu. Makin cepat disajikan makin baik (Baksin, 2013:93).

Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (*Breaking News*) hingga program berita yang berdurasi 30 menit, bahkan satu jam. Suatu program berita terdiri atas sejumlah berita keras atau dengan kata lain suatu program berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita yaitu (Morissan, 2008:25) antara lain:

1) *Straight News*

*Straight news* berarti berita “langsung” (*straight*), maksudnya adalah suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W + 1H (*who, what, where, when, why* dan *how*) terdapat suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat dengan (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.

## 2) *Feature*

*Feature* adalah berita ringan namun menarik. Pengertian “menarik” di sini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya berita-berita semacam ini dapat dikatakan sebagai *softnews* karena tidak terlalu terikat oleh waktu penayangan, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita maka *feature* masuk ke dalam kategori *hard news*.

## 3) *Infotainment*

*Infotainment* berasal dari dua kata yaitu *information* yang berarti informasi dan *entertainment* yang berarti hiburan, namun *infotainment* bukanlah berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. *Infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*), dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan seperti pemain film atau sinetron, penyanyi dan sebagainya maka berita mengenai mereka disebut juga sebagai *infotainment*.

### b. Berita Lunak (*Soft News*)

Berita lunak atau *soft news* adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*)

namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk dalam kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak ini yaitu (Morissan, 2008:27):

1) *Current Affair*

*Current Affair* adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Dengan demikian *Current Affair* cukup terikat dengan waktu dalam hal penayangannya namun tidak seketat *hard news*, batasannya adalah bahwa isu yang dibahas masih mendapat perhatian khalayak maka *current affair* dapat disajikan.

2) *Magazine*

*Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang. *Magazine* ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. *Magazine* menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya. Suatu program *magazine* dengan durasi 30 menit atau satu jam dapat terdiri atas hanya satu topik atau beberapa topik.

### 3) Dokumenter

Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Misalnya program dokumenter yang menceritakan mengenai suatu tempat, kehidupan atau sejarah seorang tokoh atau kehidupan sejarah suatu masyarakat (misalnya suku terasing) dan lain sebagainya.

### 4) *Talk Show*

Program *talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

## 2. Format Berita

Dunia televisi dikenal dengan sejumlah istilah yang terkait dengan format yang digunakan dalam menyajikan suatu berita. Kelompok istilah ini melihat pada format yang berbeda digunakan untuk jenis berita yang berbeda. Dalam program berita televisi dikenal dengan beberapa format berita yaitu cara bagaimana suatu berita itu ditampilkan atau disajikan. Format yang dipilih tidak dapat dilakukan sesukanya saja. Terdapat sejumlah kriteria atau



persyaratan untuk menentukan suatu format berita dalam suatu program berita televisi. Suatu berita dapat disajikan dalam beberapa bentuk yaitu (Morissan, 2008:33):

a. *Reader* (RDR)

*Reader* adalah cara yang paling dasar untuk menyajikan sebuah berita. Presenter di studio hanya membaca isi berita tanpa ada gambar pendukung. Format seperti ini biasanya hanya digunakan jika sebuah berita penting terjadi pada saat program masih *on air*. Tentu saja belum ada gambar yang tersedia karena tim liputan belum dikirim ke tempat kejadian, tetapi informasi penting itu harus segera dilaporkan setidaknya pada fakta-fakta dasarnya saja. Dengan demikian, *reader* merupakan format berita singkat yang disampaikan presenter tanpa didukung gambar atau video.

b. *Voice Over* (VO)

*Voice Over* sering disingkat dengan sebutan VO saja, yang mana naskah berita untuk VO dibacakan oleh presenter. Format VO menyajikan video atau gambar pendek (biasanya sekitar satu menit) yang diiringi dengan kata-kata penyiar. Format berita ini biasanya digunakan untuk menceritakan sebuah topik dalam waktu yang singkat.

c. *Reader Sound on Tape* (RDR SOT)

*Reader SOT* adalah format berita yang terdiri dari presenter yang muncul membacakan intro dan kemudian muncul *soundbite on*

*tape* (SOT) dari narasumber berita. SOT adalah cuplikan suara dari narasumber atau cuplikan wawancara panjang dengan narasumber. Istilah lain untuk SOT adalah *sync*. SOT sebaiknya diusahakan pendek dan fokus, sehingga bisa membantu memberikan efek dramatis dari berita yang dibacakan sebelumnya.

d. *Voice Over- Sound On Tape* (VO/SOT)

Format berita ini merupakan gabungan antara format VO dan SOT yang mana VO mengenai peristiwa atau isu yang relevan atau ada kaitannya dengan apa yang diungkapkan dalam SOT. Sedangkan SOT adalah bagian persyaratan sumber yang penting atau spesifik berkaitan dengan peristiwa (*event*) atau isu bersangkutan.

e. *Reader-grafis* (RDR/GRF)

Format berita *reader-grafis* (RDR-GRF) biasanya digunakan jika sebuah berita penting baru saja terjadi dan stasiun televisi belum mendapatkan akses untuk mengambil gambar dan merekamnya dalam kaset video. Untuk menggantikan gambar video yang belum ada maka digunakan ilustrasi berupa grafis. Pada banyak kasus terutama jenis berita bencana maka grafis yang dibutuhkan adalah berupa peta yang menunjukkan di mana lokasi bencana itu terjadi. Grafis dapat pula muncul dalam bentuk foto seseorang, misalnya dalam menyampaikan berita bahwa seseorang yang terkenal meninggal dunia atau mengundurkan diri dari jabatannya.

f. Paket (*Package*/PKG)

Paket adalah laporan berita lengkap dengan narasi (*voice over*) yang direkam ke dalam pita kaset. Narasi dalam paket dibacakan oleh seorang pengisi suara atau *dubber* yang biasanya adalah reporter atau penulis berita (*writer*). Dengan kata lain, format berita paket (*package*) adalah format berita yang bersifat komperhensif dengan intro dibacakan presenter sedangkan naskah paket dibacakan atau dinarasikan sendiri oleh reporter atau pengisi suara (*dubber*). Jadi berbeda dengan format VO di mana narasi dibacakan oleh presenter di studio

g. Strategi Program

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* atau penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang disajikan oleh stasiun televisi yang menyiarkan. Program dapat di simpulkan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada penontonnya (pihak lain). Dengan demikian program adalah produk yang baik mendapatkan penonton yang besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. Bagian yang paling bertanggung jawab dalam program acara pada stasiun penyiaran adalah bagian dan tugasnya membawa *audience* larut pada stasiun televisi melalui program siarannya, orang yang bertanggung jawab inilah yang disebut *programmer*.

Program merupakan unsur yang sangat penting untuk menarik perhatian penonton. Pengaturan penayangan pada keseluruhan program yang hadir biasanya diatur oleh penata program. Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran. Strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen program siaran terdiri dari penyusunan program, eksekusi program, dan pengawasan dan evaluasi program.

#### **a. Perencanaan Program**

*Pringle Star* bersama rekannya mengemukakan bahwa perencanaan program (*program's planning*) mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya (Morissan, 2009:274). Perencanaan jangka pendek – menengah, panjang tersebut membantu penata program dalam membuat strategi pemrogramannya agar dapat tercapainya visi dan misi perusahaan. Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program yang diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi) dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audiensi yang tersedia pada waktu tertentu (Morissan, 2009:274) Penata program penting memperhatikan penataan jadwal program agar proses siaran dapat menarik perhatian penonton maka perlulah seorang *programmer* televisi menentukan siaran yang disuguhkan kepada penontonya.



### 1) Produk Program

Produk program yaitu program itu sendiri yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan disukai oleh para audiensi. Media penyiaran ada karena menayangkan program untuk ditawarkan kepada audien yang dipertukarkan dengan waktu yang dimiliki audien. Ditinjau dari jenisnya, program yang ditawarkan terdiri atas dua bagian besar yaitu program informasi dan program hiburan yang dapat dibagi lagi ke dalam berbagai jenis program yang lebih khusus.

Program tidak melulu merupakan tayangan yang dapat dilihat atau didengar. Namun program dapat berupa gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan audiensi yang tidak saja bersifat fungsional, namun dapat juga menjadi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan demikian, suatu program menjadi simbol yaitu arti atau makna dari suatu program bagi audien dan apa yang mereka alami ketika menikmati program bersangkutan (Morissan, 2009:281).

### 2) Promosi Program

Promosi program merupakan upaya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual program sehingga dapat mendatangkan iklan. Dewasa ini, stasiun penyiaran menggunakan berbagai instrument promosi untuk menciptakan

kesadaran dan ketertarikan audien dan pemasang iklan baik terhadap program atau stasiun penyiaran. Walaupun komunikasi antara media penyiaran dengan audiensi dan pemasang iklan secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari bauran program (Morissan, 2009:286)

#### **b. Produksi dan pembelian program**

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siaran dan tidak berfungsi apa-apa tanpa ketersediaan program untuk disiarkan. Program bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Sebuah program yang dibuat oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Jika program yang disiarkan itu dibuat oleh pihak lain disebut *out-house production* (Morissan, 2009:306).

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain yang dikenal dengan akuisisi program (membeli program). Dalam memproduksi atau membuat program kata kuncinya adalah ide atau gagasan. Sedangkan jika memberi program, dilihat siapa yang memproduksi program. Pada dasarnya, stasiun televisi menginginkan program diproduksi sendiri dengan alasan yaitu lebih menghemat pengeluaran.

### 1) Program Yang Dibuat Sendiri (*In – House Production*)

Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Program yang dibuat sendiri biasanya adalah program berita (*news programme*) dan program yang terkait dengan informasi, misalnya: laporan khusus, *infotainment*, laporan kriminalitas, perbincangan (*talk show*) ataupun program yang menggunakan studio juga termasuk program yang dibuat sendiri.

### 2) Pembelian Program (Akuisisi)

Dewasa ini stasiun televisi telah memproduksi sendiri sebagian besar programnya, namun pada umumnya stasiun televisi masih membutuhkan banyak pasokan program dari pihak luar untuk memenuhi kebutuhan programnya (Morissan, 2009:330). Ada kalanya stasiun televisi harus membeli program tertentu untuk memberikan variasi acara yang menarik untuk ditonton para khalayak penontonnya. Dapat juga melalui pembelian program tertentu dengan penempatan waktu siaran utama (*prime time*) ini berpeluang untuk mendapatkan pemirsa yang cukup banyak, dan di waktu inilah tingkat persaingan cukup tinggi.

### c. Eksekusi Program

Kegiatan menyusun, menata, dan menayangkan sebuah program acara ini biasa disebut dengan eksekusi program dimana dalam menyajikan sebuah program acara televisi perlu melewati proses penyusunan sebelum ditayangkan. Biasanya seorang produser dan *programmer* menyusun programnya dengan berbagai pertimbangan, diantaranya menentukan target penonton yang dituju, melihat pola kebiasaan penonton menonton televisi, atau melihat jenis program apa saja yang disukai oleh khalayak penonton. Sebagaimana Morrisson mengungkapkan pada bukunya berjudul *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Televisi dan Radio* bahwa:

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan pada saat menata atau menyusun berbagai program yang ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan dalam suatu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi (Morissan, 2009:342).

Bagian program harus menganalisis, memilih dan memilah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audien yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan audien yang berbeda pula. Melihat pola kebiasaan penonton dalam waktu sehari dengan melakukan survey mempermudah memahami siklus jam menonton televisi. Maka dari itu, waktu siaran dibagi ke dalam lima segmen yang masing-masing memiliki ciri-ciri atau sifat audien yang berbeda-beda. Pembagian lima segmen waktu sebagaimana disebut



Sydney W. Head dan Cristoper H. Sterling ini cenderung digunakan pada televisi konvensional (Morissan, 2009:344), dengan pemilahan sebagai berikut.

1) *Late Fringe Time* (Jam 23.00 – 01.00)

Pada jam tayang ini, stasiun televisi mengkhususkan program yang dihadirkan untuk orang dewasa. Program-program yang dihadirkan memiliki tema-tema tertentu seperti mistis atau kehidupan rumah tangga.

2) *All Other Time* (Jam 01.00 -10.00)

Stasiun televisi akan menayangkan program pada jam 01.00 – 06.00 yaitu program untuk orang dewasa yang bekerja bergantian di rumah sakit atau pabrik, sedangkan pada jam 06.10.00, program untuk anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar, dan pekerja yang akan berangkat kerja.

3) *Day Time* (10.00 – 16.30)

Segmen penonton ada jam ini adalah ibu rumah tangga, anak-anak prasekolah, pensiunan, dan pelajar. Program yang dihadirkan, biasanya pada program hiburan, *infotainment*, film televisi, dan informasi (berita) ringan. *Day time* cenderung penontonya sedang beristirahat atau bagi pelajar sudah selesai melakukan aktivitas sekolah.

#### 4) *Fringe Time* (16.30 – 19.30)

Pada jam ini stasiun televisi lebih menayangkan program dengan segmentasi kepada anak-anak, remaja, dan karyawan. *Fringe time* bisa dikatakan waktu tersebut sebagian anggota keluarga sudah berkumpul bersantai setelah melakukan aktivitas seharian. Sehingga diberikan program-program yang ringan yang menghibur, menarik, mengedukasi, dan memberikan informasi.

#### 5) *Prime Time* (Jam 19.30 – 23.00)

*Prime Time* merupakan waktu siaran televisi yang paling banyak menarik penonton. Selain itu, penonton yang berada pada segmen ini sangat beragam (tua, muda, dan anak-anak). Stasiun televisi biasanya menempatkan program yang paling bagus pada segmen ini karena jumlah audiennya yang besar.

Terdapat sepuluh macam strategi dalam merancang program yang digunakan oleh hampir stasiun penyiaran di dunia, yaitu *dayparting*, *theming*, *stripping*, *stacking*, *counterprogramming*, *bridging*, *tentpoling*, *hammoking*, *crossprogramming*, dan *hotswitching*. Masing-masing strategi ini digunakan stasiun penyiaran untuk berkompetensi dengan stasiun televisi lain dalam rangka memperebutkan audiensi. Pengertian dari masing-masing strategi ini sebagai berikut (Djamal, 2011:127):

### 1) *Dayparting*

Yaitu satu langkah dalam perencanaan yang membagi setiap hari dalam beberapa *slot* waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarkan. Program ini sangat mempertimbangkan target audien tertentu pada *slot* waktu tersebut, misalnya pagi, siang, sore atau malam hari, misalnya malam hari ketika kaum bapak telah sampai rumah dari bekerja, pantas diudarkan masalah.

### 2) *Theming*

Yaitu penentuan tema tertentu yang diudarkan pada saat khusus seperti hari liburan, atau menentukan satu minggu dengan tema tertentu seperti pada program *Discovery Channels* dengan *Animal Week*.

### 3) *Stripping*

Yaitu penayangan satu program sindikasi (program berjarangan yang ditayangkan tidak langsung, atau merupakan *delay-programme*) jenis *series* setiap hari dalam seminggu. Tahapan ini biasanya dilakukan pada minggu-minggu pertama secara khusus.

### 4) *Stacking*

Yaitu satu teknik yang digunakan untuk memengaruhi audiensi dengan cara mengelompokkan bersama beberapa program dengan tema

yang mirip dalam rangka melihat (*sweep*) penonton selama penayangan satu program dengan program berikutnya.

#### 5) *Counter Programming*

Yaitu langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audien dari stasiun pesaing baru.

#### 6) *Bridging*

Digunakan bila stasiun penyiaran mencoba mencegah audien untuk berpindah kanal dalam satu waktu (*the main evening breaks*) atau waktu jeda pada malam hari yang digunakan untuk melepas lelah sambil minum teh. Kebiasaan ini ada pada budaya orang barat, tetapi tidak ada dalam budaya Indonesia, di mana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya. Langkah *bridging* ini efektif dengan melalui beberapa cara yaitu:

- a) Telah siap dengan satu program yang disiarkan pada saat jeda itu.
- b) Menyiarkan satu program agak terlambat sehingga pemirsa “gugup” an kehilangan permulaan dari satu program yang lain.
- c) Dengan cara mengiklankan program berikutnya (setelah waktu jeda) dalam *slot* waktu penyiaran program yang digemari penonton.



#### 7) *Tentpoling*

Yaitu langkah perencanaan *slot* waktu bagi program acara yang baru, sebelum dan setelah satu program unggulan yang mempunyai audien cukup besar. Penempatan program baru ini akan membuat audiensi berkesempatan melihat tayangan cuplikannya, sehingga diharapkan audien tetap *tune-in* ke kanal bersangkutan.

#### 8) *Hammoking*

Yaitu langkah perencanaan *slot* waktu yang mirip dengan *tentrapoling*, tetapi satu program baru atau *show* tersebut ditempatkan di antara dua program unggulan yang mempunyai audien cukup besar. Penempatan program baru ini akan membuat audien berkesempatan melihat tayangan cuplikannya, sehingga diharapkan audiensi tersebut tetap *tune-in* ke kanal yang bersangkutan.

#### 9) *Cross Programming*

Yaitu pemilihan jenis program berikut dalam urutan jadwalnya dari penayangan satu program, yang mempunyai relevansi tema. Langkah ini dapat diperoleh dengan mengevaluasi jalan cerita dua episode atau dua program yang berbeda.

#### 10) *Hotswitcing*

Yaitu penentuan jeda komersial yang tepat oleh *programmer* pada suatu program sedemikian rupa, sehingga tidak menyebabkan

audiensi mengubah kanal yang ditonton berpindah ke kanal televisi yang lain untuk menghindari jeda komersial tersebut.

#### **d. Pengawasan dan Evaluasi Program**

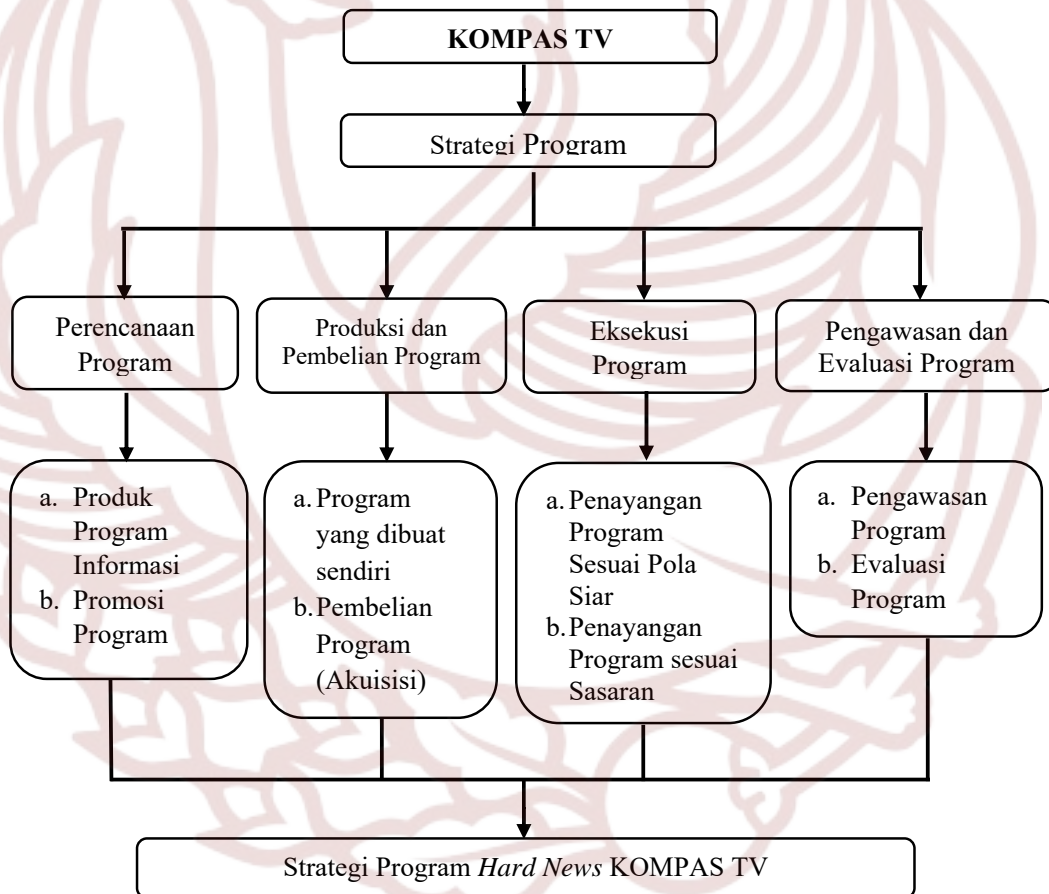
Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, karyawan (Morissan, 2009:354). Pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan secara periodik untuk mengetahui target perencanaan yang sudah dibuat oleh penata program. Penata program atau manajer program sering disebut sebagai “pelindung” atas lisensi atau izin siaran yang diperoleh stasiun penyiaran. Hal ini disebabkan bahwa program stasiun sudah berjalan sesuai dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh izin. Menurut Petter Pringle, dalam hal pengawasan program (*program control*), manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut (Morissan, 2009:355):

1. Mempersiapkan standar program stasiun yang disiarkan.
  2. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.
  3. Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan.
  4. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
  5. Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat.
- Misalnya dengan para pemasok program, lembaga lisensi lagu dan rekaman, stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat, misalnya

dengan para pemasok program, lembaga lisensi lagu dan rekaman, stasiun jaringan, dan lain-lain.

6. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

Adapun alur pikir yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut di bawah ini:



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu cara yang logis, sistematis, objektif, untuk menemukan kebenaran secara keilmuan (Mukhtar, 2013:9). Metode penelitian merupakan proses pengumpulan data dan bahan yang dikaji dengan cara yang sistematis, objektif, dan logis untuk menemukan kebenaran secara keilmuan. Penelitian dengan judul Strategi Program *Hard News* Kompas TV dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2012:4). Selain itu dari beberapa kajian mengenai penelitian kualitatif dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012:6).

### **1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini terfokus pada strategi program berita *hard news* Kompas TV pada kurun waktu 2016-2017, yang dinaungi oleh Kompas Gramedia TV (KGTV). Kompas TV beralamatkan di Kompas TV Building, Palmerah Selatan No.1 Jakarta 10270.



## **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu tanpa perbandingan, atau menghubungkan dengan *social setting* dan subjek yang berbeda (Mukhtar, 2013:10). Penelitian deskriptif kualitatif yang dimaksudkan adalah mengungkap sebuah fakta empiris yang ditemukan secara objektif, ilmiah dengan berdasarkan pada logika keilmuan, prosedur dan teori yang kuat berdasarkan keilmuan yang ditekuni. Deskriptif atau penjabaran dalam narasi tertulis banyak digunakan pada penelitian kualitatif baik dalam pencatatan data maupun penyajian data pada hasil penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menemukan pengetahuan baru terhadap subjek penelitian, yaitu Kompas TV pada kurun waktu 2016-2017.

## **3. Jenis Data**

Data adalah seluruh informasi empiris dan dokumentatif yang diperoleh di lapangan sebagai pendukung ke arah konstruksi ilmu secara ilmiah dan akademis (Mukhtar, 2013:9). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder untuk mendukung hasil penelitian yang dilakukan.

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang dihimpun langsung oleh peneliti dari hasil observasi langsung di Kompas TV, Gedung Green Kompas TV JL. Palmerah Selatan No.1 Jakarta Pusat. Data

primer diperoleh dari data wawancara melalui tatap muka dengan Penanggung Jawab Program, *General Manager Programming, Programming Research and Development* Kompas TV, serta wawancara dengan Eksekutif Produser dan produser program berita *hard news* Kompas TV melalui *E-mail* dan media sosial *Whatsapp*. Data yang diperoleh berupa informasi mengenai Kompas TV dengan program-program yang dimiliki, serta upaya-upaya yang dilakukan oleh Kompas TV terkait strategi program yang digunakan. Selain itu data primer juga diperoleh dari hasil perolehan *rating* dan *share* Kompas TV.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder biasa juga dikenal sebagai data penguat atau pendukung data primer. Data sekunder yang digunakan diantaranya adalah pola siar Kompas TV, data yang termuat di *website* Kompas TV [www.kompas.tv/live](http://www.kompas.tv/live) serta media sosial yang dimiliki menjadi informasi pelengkap mengenai Kompas TV.

### **4. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan). Teknik pengambilan sampling dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk merinci kekhususan yang ada ke dalam ramuan konteks yang unik. Maksud dari kedua sampling ialah menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul (Moleong,

2006:165). Kompas TV memiliki sajian program yang terdiri dari program *hard news* dan *soft news*. Jumlah program *hard news* yang ada di Kompas TV sebanyak 20 program acara. Namun pada penelitian ini hanya terfokus pada tujuh program *hard news* saja, yaitu *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Kompas Petang*, *Kompas Malam*, *Indonesia Update*, *Berita Utama*, dan *Kompas Dunia*. Program tersebut dipilih karena dari ketujuh program tersebut telah mewakili program *hard news* yang tayang secara rutin di setiap harinya.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian Strategi Program *Hard News* Kompas TV yaitu:

### **a. Observasi Partisipatif**

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2009:277). Sembari melakukan proses praktek kerja peneliti juga melakukan proses pengamatan. Dengan menggunakan observasi partisipan ini maka data yang diperoleh lebih lengkap, tajam dan dapat mengetahui fenomena atau hal-hal yang nampak pada sumber penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan serta pencatatan secara langsung terhadap hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi program Kompas TV. Observasi pada penelitian ini yaitu

melakukan pengamatan secara langsung kegiatan, program acara serta proses kerja apa saja yang ada di Kompas TV.

#### **b. Wawancara**

Estenberg sebagaimana dikutip oleh Sugiyono dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* mengemukakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009:231). Wawancara juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang ingin diketahui oleh peneliti secara mendalam. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan pihak-pihak yang bersangkutan dalam penyusunan strategi program yang dilakukan Kompas TV. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Eko Wahyu Tawantoro (51 tahun) selaku Penanggung Jawab Program yang bertugas sebagai koordinator program *news bulletin* di Kompas TV. Wawancara dilakukan pada tanggal 19 Desember 2016, yang sebelumnya dilakukan proses pendekatan selama satu bulan lebih sembari melakukan praktek kerja profesi. Wawancara dilakukan tidak hanya melalui tatap muka, tetapi wawancara berlanjut dihari-hari berikutnya untuk memastikan data yang diperoleh melalui media sosial *watshapp*. Wawancara ini



membahas mengenai strategi program secara global yang dilakukan di Kompas TV khususnya program *news bulletin*.

- 2) Donny Nurpatria (36 tahun) selaku *General Manager Programming* Kompas TV. Wawancara dilakukan sebanyak satu kali pada tanggal 30 Desember 2016, yang membahas mengenai strategi program yang dilakukan oleh tim *programming* Kompas TV dalam menyajikan program acaranya. Selain itu dalam wawancara ini membahas mengenai bagaimana pola siar yang digunakan dalam setiap program acaranya, komposisi program acara yang ditayangkan, serta hal-hal yang terkait dengan persaingan dengan stasiun televisi berita lainnya.
- 3) Ahmad Rifani (36 tahun) selaku *Programming Research and Development* Kompas TV. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 31 Mei 2017, dalam wawancara ini membahas mengenai langkah yang dilakukan pada proses produksi program, sistem pembelian program, aturan pembelian program dan persentase program acara yang ada di Kompas TV.
- 4) Hardjuno Pramundito (40 tahun) selaku Eksekutif Produser program *Kompas Malam* Wawancara dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 dan 26 Oktober 2017 melalui media sosial *watshapp* dan *email*, yang membahas

mengenai strategi program yang dilakukan oleh eksekutif produser pada program *Kompas Siang*.

- 5) Yophiadi Kurniawan (40 tahun) selaku Produser program *Kompas Siang*. Wawancara dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2017 dan 27 Oktober 2017 melalui media sosial *watshapp* yang membahas strategi program yang dilakukan oleh produser pada program *Kompas Siang*.
- 6) Pascalis Iswari (31 tahun) selaku Produser program *Kompas Dunia*. Wawancara dilakukan pada tanggal 18-19 Oktober 2017 melalui media sosial *watshapp* dan *email*, yang membahas mengenai strategi program yang dilakukan oleh produser pada program *Kompas Dunia*.
- 7) Ferissa Djohan (33 tahun) selaku Produser program *Indonesia Update*. Wawancara dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 mengenai strategi yang digunakan produser dalam menyusun program acara *Indonesia Update*. Wawancara dilakukan melalui media sosial *watshapp* dan *email*.

### **c. Kajian Dokumen**

Dokumen tertulis dan arsip merupakan sumber data yang sering memiliki posisi dalam penelitian kualitatif. Terutama bila sasaran kajian mengarah pada latar belakang atau berbagai peristiwa yang terjadi di masa lampau yang angat berkaitan dengan

kondisi atau peristiwa masa kini yang diteliti (Sutopo, 2006:80). Kajian dokumen dilakukan dengan mengkaji dokumen atau data-data yang telah diperoleh baik arsip berupa data foto mengenai Kompas TV, data dokumen berupa pola siar, *rating* dan *share* maupun data audiovisual mengenai tayangan program Kompas TV. Dokumen tersebut dapat dilihat berulang-ulang kemudian dikaji sesuai dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Kajian dokumen ini juga berhubungan dengan arsip-arsip yang berhubungan dengan penelitian. Arsip-arsip tersebut didapatkan dari perusahaan yaitu Kompas TV maupun melalui internet serta media sosial milik Kompas TV.

## **6. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang didapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2012:248).

Dengan demikian, analisis data merupakan tahapan proses untuk mencari, mengelompokkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dan observasi serta dengan hasil dokumen yang telah didapatkan. Setelah itu data yang sudah terkumpul dilihat, dibaca, dan dicermati untuk memilah bagian yang penting menyangkut strategi program. Guna meningkatkan

pemahaman tentang kasus yang diteliti untuk menjawab rumusan masalah. Kemudian dibuat kesimpulan dari pemahaman peneliti.

#### **a. Reduksi Data**

Penelitian ini memiliki peroleh perolehan data dari lapangan berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi jumlahnya cukup banyak. Baik dengan cara dicatat secara terperinci berupa catatan observasi, ataupun dalam bentuk rekaman suara wawancara dengan Produser, Penanggung Jawab Program dan *General Manager Programming* Kompas TV. Salah satu tahapan reduksi data dilakukan sejak sebelum penelitian dimulai, yakni pada saat penentuan objek yang dikaji. Selanjutnya, reduksi data dilakukan dengan mempertegas, membuang hal-hal yang tidak perlu serta memfokuskan dan menyusun keseluruhan data yang telah diperoleh sehingga peneliti dapat menemukan sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan dengan memilih program *hard news* Kompas TV yang tayang secara rutin di setiap harinya. Program *hard news* yang telah dipilih, diklasifikasikan sesuai dengan tingkat aktualitas berita yang disampaikan. Program berita *hard news* yang terpilih merupakan bagian program yang mewakili seluruh program *hard news* yang ada di Kompas TV. Reduksi data dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian dengan membaca transkrip dan mendengarkan kembali catatan observasi, rekaman wawancara dan dokumen berupa pola



siar, video program, membaca dokumen institusi dan berita yang termuat di media sosial dan *website* Kompas TV. Data-data tersebut kemudian direduksi dengan cara merangkum atau memilah data yang penting dan membuang data yang tidak penting dalam penelitian.

#### **b. Penyajian Data**

Pada langkah selanjutnya, setelah data direduksi adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles dan Huberman (1984) sebagaimana dikutip Sugiyono dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* mengemukakan bahwa sajian data yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif yaitu adalah dengan bentuk teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2009:249). Data pada penelitian ini berupa hasil rekaman wawancara, audiovisual, dan catatan observasi yang dipelajari dan didiskripsikan menjadi kalimat yang dilengkapi dengan uraian potongan gambar program *hard news* Kompas TV, pola siar, hasil *rating* dan *share* disertai bagan komposisi penyiaran. Penyajian data dirancang dan disusun hingga menjadi sebuah informasi yang saling berhubungan.

Penyajian data disusun berdasarkan hasil reduksi data yang mengacu pada rumusan masalah. Data yang disajikan

disesuaikan dengan klasifikasi yang telah ditentukan pada reduksi data. Bagian yang penting dibahas dan disajikan dalam teks deskripsi dan analisis strategi program yang digunakan oleh Kompas TV. Pada masing-masing deskripsi dan analisis strategi program Kompas TV juga dilengkapi dengan bagan pemahaman strategi yang digunakan oleh Kompas TV.

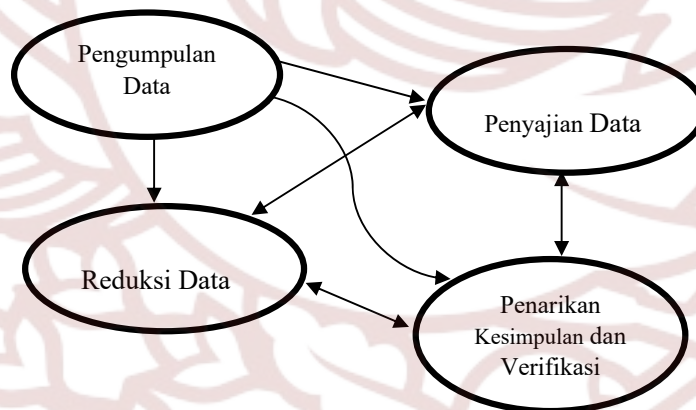
### **c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**

Langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahapan ini kesimpulan awal yang diverifikasi dalam penelitian ini merupakan hasil sementara dan bisa berubah bila tidak ada bukti-bukti yang kuat yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2009:252). Maka perlu dilakukan tahapan verifikasi data agar dapat dipertanggung jawabkan.

Metode analisis data deskriptif kualitatif dalam penelitian ini yaitu, peneliti memaparkan secara objektif tentang strategi program *hard news* yang dilakukan oleh Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita dalam menyajikan program-program informasinya. Selanjutnya data-data yang telah diperoleh kemudian diverifikasi melalui triangulasi teknik pengumpulan data. Setelah data diverifikasi, data yang diperoleh kemudian dicocokkan kembali dengan uraian pada penyajian data. Data yang kurang dapat dilengkapi dengan cara meninjau kembali dari data-data yang

diperoleh dari wawancara, observasi, maupun dari dokumen-dokumen yang telah diperoleh. Jika data belum ditemukan dalam proses verifikasi, maka penambahan dan penilaian kebenaran data dapat dilakukan pengecekan kepada sumber data yang bersangkutan. Data yang sudah diverifikasi lebih memudahkan untuk menarik kesimpulan data dengan jelas.

Dalam tahapan ini peneliti berupaya untuk memberikan data yang akurat dari data yang telah didapatkan menjadi sebuah penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik model analisis interaktif Miles dan Huberman.



Gambar 2. Model analisis data interaktif Miles dan Huberman  
Sumber: Sugiyono, 2009: 92

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini dijabarkan dalam empat bab, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN yaitu berisi yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan laporan skripsi.

BAB II KOMPAS TV SEBAGAI STASIUN PENYIARAN BERITA yang berisi mengenai penjabaran objek penelitian, yaitu Kompas TV. Pada bab ini membahas mengenai sejarah singkat Kompas TV, riwayat didirikannya Kompas TV, profil, segmentasi, area jangkauan dan gambaran struktur organisasi yang ada di Kompas TV.

BAB III STRATEGI PROGRAM *HARD NEWS* KOMPAS TV yaitu berisi penjabaran hasil dari penelitian yang dilakukan berkaitan dengan strategi program yang digunakan oleh Kompas TV yang dilihat dari segi Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, serta Pengawasan dan Evaluasi Program yang dilakukan oleh Kompas TV.

BAB IV PENUTUP yang berupa kesimpulan dari hasil yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, dilengkapi dengan saran yang berhubungan setelah dijalankannya penelitian ini.



## BAB II

### KOMPAS TV SEBAGAI STASIUN PENYIARAN BERITA

#### A. Sejarah Kompas TV

Kompas Gramedia TV (KGTV) dilaksanakan dengan mendirikan PT. Gramedia Media Nusantara pada tahun 2008 dengan *brand name* Kompas TV. Kompas TV merupakan unit usaha dari Kompas Gramedia Group (KGG) yang sudah mulai beroperasi sejak 1963. Bisnis pertama yang dijalankan oleh Jakob Oetama selaku pemilik bersama dengan Petrus Kanisius adalah majalah bulanan *Intisari*. Usaha tersebut dijalankan atas kerjasama dengan J. Adisobrata dan Irawati yang bertujuan untuk memberikan bacaan guna menambah pengetahuan masyarakat. Majalah ini terbit dengan cetakan berwarna hitam putih tanpa sampul. Kesuksesan dari majalah *Intisari* dalam penjualan mencapai kurang lebih 11.000 eksemplar dalam kurun waktu 3 tahun. Hal tersebut menjadi cikal bakal terbitnya surat kabar *KOMPAS* yang resmi diluncurkan pada tanggal 28 Juni 1965.

Surat kabar *KOMPAS* juga mendapatkan sambutan hangat dari masyarakat. Hal ini membawa *KOMPAS* untuk berupaya meningkatkan kualitas pemberitaannya melalui peralatan untuk menunjang produksi. Dalam waktu 2 tahun surat kabar *KOMPAS* berhasil terbit setiap hari dengan pencapaian penjualan sebanyak 30.650 eksemplar. Pada tanggal 25 Desember 1972 *KOMPAS* memiliki percetakan sendiri dan setelah beberapa tahun kemudian mendirikan unit usaha percetakan yang dikelola oleh PT. Gramedia Pustaka Utama. Dalam perkembangannya, PT. Gramedia Pustaka Utama

dibantu unit usaha khusus dalam usaha percetakan komik yang diberi nama PT. Elexmedia Komputindo pada tanggal 15 Januari 1985, dan percetakan bahan ajar yang dikelola oleh PT. Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo) pada tanggal 20 September 1995.

Seiring dengan berjalannya waktu dengan perkembangan teknologi yang cukup cepat, bisnis media cetak diarahkan untuk melakukan transformasi menuju perkembangan era digital. KGG mulai mencoba untuk memasuki dunia maya yakni meluncurkan *KOMPAS* Online pada tahun 1998. Halaman ini berisi berita-berita yang ada di surat kabar *KOMPAS*. Selain PT. Kompas Cyber Media, Kompas Gramedia Group (KGG) melalui PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh pada tanggal 22 Maret 2000 meresmikan stasiun televisi yang diberi nama TV7. Kurang dari 7 tahun kepemilikan saham TV7 sebagian besar dijual ke PT. Trans Corporation sehingga KGG tidak memiliki wewenang dalam menentukan arah tayangan TV7. Pada tanggal 15 Desember 2006 secara resmi TV7 berganti nama menjadi Trans7.

Pada tahun 2000 Kompas Gramedia Group (KGG) merasa perlu untuk mensinergikan visi misi yang dapat diaplikasikan melalui media *audio visual* yang perkembangannya semakin pesat. Diawali dengan dibentuknya proyek Kompas Gramedia TV, proyek ini memulai kegiatannya dengan membentuk Kompas Gramedia Production yang memiliki tugas untuk memproduksi program acara yang memberikan *value added* bagi pemirsannya. Program-program yang ditayangkan mengandung nilai-nilai kemanusiaan, nilai sosial dan pendidikan (Kompas Gramedia, 2017). Proyek Kompas Gramedia TV

(KGTV) sekaligus mempersiapkan terbentuknya KGTV *Network*, Kompas *Channel*, Kompas Gramedia *Vision*, dan Kompas TV.

Kompas TV adalah sebuah perusahaan media yang menyajikan konten tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia. Sesuai dengan visi misi yang diusung, Kompas TV mengemas program tayangan *news*, *adventure & knowledge*, dan *entertainment* yang mengedepankan kualitas. Konten program *news* Kompas TV adalah program berita yang tegas, terarah, dan memberi harapan. Selain itu, untuk program lainnya, Kompas TV menekankan pada eksplorasi Indonesia, baik kekayaan alam, khasanah budaya, Indonesia kini, hingga talenta berprestasi. Tidak hanya berhenti pada program tayangan televisi, tersedia pula produksi film layar lebar dengan jalan cerita menarik dan didukung talenta seni berbakat Indonesia, (Kompas TV, 2016).

Pada tanggal 28 Juni 2011, Kompas TV mulai menayangkan program-programnya di salah satu stasiun televisi lokal. Sebagai *content provider*, Kompas TV tayang perdana pada tanggal 9 September 2011 berbagai kota di Indonesia: Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Banjarmasin, dan Makassar. Jumlah kota tersebut terus bertambah lebih dari 100 kota di seluruh Indonesia (Bimo, 2014). Kompas TV memasok program tayangan hiburan dan berita pada stasiun televisi lokal di berbagai kota di Indonesia yang telah terlibat dalam proses kerja sama. Stasiun televisi lokal akan menayangkan 70% program tayangan produksi Kompas TV dan 30% program tayangan lokal (Bimo, 2014). Selain itu, Kompas TV juga dapat dinikmati melalui *streaming* di [www.kompas.tv/live](http://www.kompas.tv/live) serta melalui berbagai

televisi berbayar termasuk di antaranya, K-Vision. Sejak tanggal 9 September 2011, Kompas TV bekerjasama dengan *provider* televisi berbayar yang menyediakan kanal bagi Kompas TV sehingga bisa memberikan tayangan dengan kualitas *High Definition* (HD). Kualitas *HD* tersebut menyajikan gambar dengan resolusi tinggi sehingga pemirsa dapat menikmati detail gambar dengan kontur jelas dan warna yang lebih tajam (Kompas TV, 2016).

Kompas TV sebagai pionir kualitas *High Definition* sedang tengah mengarah pada sistem televisi *digital* sesuai standar yang lazim digunakan secara internasional. Kompas TV tentu memperhatikan kualitas program tayangan yang ditampilkan. Tumbuh dalam industri televisi komersial dengan persaingan yang sangat ketat, Kompas TV berusaha untuk tetap berada pada koridor visi misi sehingga dapat selalu menyajikan program tayangan inspiratif dan informatif dengan kemasan menarik bagi keluarga Indonesia. Bagi sebuah stasiun televisi, adalah tanggung jawab besar untuk turut membentuk moral bangsa (Kompas TV, 2016).

## **B. Logo, Visi, dan Misi Kompas TV**

### **1. Logo Kompas TV**

Berkembangnya Kompas TV dari stasiun televisi dengan konten hiburan pada tahun 2011 menjadi stasiun penyiaran yang berkonsentrasi pada program berita pada tahun 2016, Kompas TV melalui perjalanan panjang untuk menjadi sebuah stasiun penyiaran berita. Pada perkembangannya Kompas TV juga melalui beberapa perubahan identitas yang tergambar pada logo



perusahaan, di bawah ini merupakan logo yang dipakai Kompas TV pada tahun 2011 hingga tanggal 19 Oktober 2017.



Gambar 3. Logo Kompas TV  
(Sumber: [www.kompas.tv/live](http://www.kompas.tv/live))

Logo Kompas TV menggambarkan Indonesia yang terdiri dari unsur-unsur darat, laut, udara, dan makhluk hidup yang ada di bumi Indonesia. Unsur-unsur Indonesia yang Bhineka Tunggal Ika itu dicitrakan dalam unsur warna-warna yang diwakili oleh 9 warna. Masing-masing warna berada dalam bentuk segitiga yang mengartikan energi, kekuatan dan keseimbangan, hukum, agama, ilmu pasti, dan dinamis. Bentuk segitiga berwarna ini terintegrasi dalam bentuk mirip huruf K, inisial dari Kompas yang melambangkan integrasi keragaman dan keutuhan sebagai inspirasi Indonesia (Kadarwati, 2013).

## **2. Visi, Misi, dan Slogan Kompas TV**

Menjawab tantangan dunia media di Indonesia, sebagai bagian dari Kompas Gramedia Group yang memiliki motto *Enlightening People*, Kompas TV didukung dengan komposisi karyawan berkualitas dan berdedikasi tinggi senantiasa berusaha menyalurkan informasi yang akan menjadi Inspirasi Indonesia.

#### **a. Visi dan Misi Kompas TV**

*To be the most creative organization in Southeast Asia Tenggara to enlight people's with programmes and services that inform, education and entertaint and to engange our audience with an independent, distinctive and appealing mix of programming and content, delivered via multiplatform service* (Kadarwati, 2013).

yang dapat diartikan sebagai berikut:

Menjadi organisasi yang paling kreatif di Asia Tenggara yang mencerahkan kehidupan masyarakat dengan menayangkan program-program dan jasa yang informatif, edukatif, dan menghibur serta melibatkan pemirsa dengan program-program yang independen, khas, serta memikat yang disajikan melalui layanan *multiplatform*.

#### **b. Slogan Kompas TV**

Berita atau informasi merupakan sebuah kabar yang dapat disebarluaskan melalui media penyiaran, baik televisi maupun radio. Informasi yang layak dijadikan sebuah berita adalah hal yang terkait dengan kemanusiaan, keuangan, gangguan, politik, hukum, keamanan dan informasi yang dianggap menarik. Kompas TV adalah salah satu stasiun televisi yang memiliki konten siaran berupa program informasi lebih banyak dibandingkan dengan konten hiburan yang dimilikinya. Dapat dilihat dari pola penyiaran yang dilakukan dalam setiap harinya bahwa program informasi yang bersifat *hard news* lebih banyak dibandingkan dengan program

informasi yang dikemas secara lebih ringan. Maksud dari lebih banyak adalah bahwa program berita *hard news* seperti *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Kompas Petang*, *Kompas Malam*, *Berita Utama*, *Kompas Dunia*, *Indonesia Update* serta program semacam *Sapa Indonesia* tayang setiap hari dibandingkan dengan program informasi lainnya yang dikemas secara lebih ringan seperti *Aiman*, *Jejak Kasus*, dan *Satu Meja*.

Selain program berita yang bersifat *hard news*, Kompas TV mengemas informasinya menjadi sebuah program hiburan yang bersifat *smart entertainment*. Maksud dari *smart entertainment* ini adalah Kompas TV sebagai stasiun televisi berita berupaya memberikan sajian program yang lebih bervariasi melalui program hiburan yang berisi berbagai informasi menarik serta dapat menginspirasi penontonnya, seperti program *Jalan-Jalan*, *A Day With*, dan *The Interview With Tukul Arwana*. Maka dari itu Kompas TV memiliki slogan yang di sandang sebagai stasiun televisi “Berita dan Inspirasi Indonesia” (Kadarwati, 2013).

### **C. Target Segmentasi Kompas TV**

Kompas TV memiliki fokus segmentasi penontons usia 15 tahun ke atas dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan serta target Strata Ekonomi Sosial (SES) kelas A dan B. Kenyataan bahwa Kompas TV sekarang ini adalah sebagai stasiun televisi berita. Secara relevan penyampaian berita dapat di terima oleh kalangan usia remaja hingga dewasa. Keterkaitan target usia serta

kelas sosial ekonomi penonton Kompas TV ini sesuai dengan riset yang dilakukan berdasarkan data Nielsen, (Wawancara Nurpatia, 30/12/2016). Berikut adalah hasil riset Nielsen yang digunakan Kompas TV sebagai acuan pemilihan target penonton berdasarkan usia serta Strata Ekonomi Sosial (SES) penontonnya.

Tabel 1. Analisa target penonton berdasarkan usia tahun 2010  
(Sumber: *AGBNielsen Newsletter*, 2010)

Target Pemirsa Berdasarkan Usia	Komposisi dalam Populasi (dalam %)	Rating/Pemirsa Potensial (dalam %)
<b>Total Individu</b>	100	12,5
5-14	19,6	11,9
15-19	10,8	11,3
20-29	20,1	11,8
30-39	19,7	12,8
40-49	13,8	13,4
50+	16,0	14,6

Tabel 2. Analisa target penonton berdasarkan usia tahun 2014  
(Sumber: *AGBNielsen Newsletter*, 2014)

Target Pemirsa Berdasarkan Usia	Komposisi dalam Populasi (dalam %)	Rating/Pemirsa Potensial (dalam %)
<b>Total Individu</b>	100	12.6
5-14	19,3	14
15-19	11,0	11,9
20-29	20,8	10,4
30-39	19,8	12,4
40-49	13,3	12,8
50+	15,8	14,5

Berdasarkan data Nielsen *Audience Measurement*, jumlah rata-rata penonton televisi terbesar di Indonesia tahun 2010-2014 berasal dari kalangan



usia 50 tahun ke atas sebanyak 14,5%, dengan jumlah rata-rata menonton televisi selama 3 jam 14 menit per hari. Namun pengelola program televisi membuat kreasi setiap program, tetap mengacu pada tren remaja yang dinamis perubahan sebagai parameternya (Fachrudin, 2016:54).

Sedangkan target penonton Kompas TV berdasarkan dari segi penghasilan yang diperoleh rumah tangga orang tersebut sesuai selera, atau konsumsinya sangat dipengaruhi oleh kelas ekonomi yang ditempati konsumen tersebut. Pendapatan seseorang menentukan di kelas sosial manakah Kompas TV berada. Kedudukan seseorang dalam kelas sosial juga akan mempengaruhi kemampuannya berakses pada sumber-sumber daya. Menurut Liyod Warner (1941) kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian (Fachrudin, 2016:55). Dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Kelas Sosial menurut Liyod Warner (1941)  
(Sumber: Andi Fachrudin, *Manajemen Pertelevision Modern*, 2016)

1.	A+	Kelas atas-atas
2.	A	Kelas kalangan atas bagian bawah
3.	B+	Kelas kalangan menengah atas
4.	B	Kelas menengah bawah
5.	C+	Kelas bawah bagian atas
6.	C	Kelas bawah bagian bawah

Perolehan pendapatan dengan klasifikasi Strata Ekonomi Sosial (SES) Nielsen Audience Measurement untuk menentukan responden dalam metode *stratified random* atau acak bertingkat dan dikontrol sesuai SES rumah tangga yang memiliki televisi sebagai berikut:

Tabel 4. Kelas Sosial menurut data riset Nielsen Audience Measurement  
(Sumber: Andi Fachrudin, *Manajemen Pertelevisian Modern*, 2016)

1.	A1	> Rp. 3.500.000
2.	A2	> Rp. 2.500.001 – 3.500.000
3.	B	Rp. 1.750.002 – 2.500.000
4.	C1	Rp. 2.500.000 – 1.750.000
5.	C2	Rp. 900.001 – 1.250.000
6.	D	Rp. 600.001 – 900.000
7.	E	< Rp. 600.000

Masing-masing kelas tersebut memiliki karakter berbeda-beda, yang mempengaruhi cara pandang dan cara mereka membelanjakan uangnya, mereka yang mendiami kelas-kelas tersebut pun berbeda karakternya menurut lama barunya mereka berada di kelas masing-masing (Fachrudin, 2016:56). Hal inilah yang menjadi salah satu dasar yang digunakan Kompas TV untuk menentukan target penontonnya. Jadi kesimpulan dari penjelasan Donny Nurpatiria selaku *General Manager Programming* target penonton Kompas TV adalah kelas A dan B, yang dapat diartikan bahwa target penonton Kompas TV dari kalangan menengah ke atas. Sedangkan kelas sosial yang ditempati Kompas TV berada pada kelas menengah ke atas, dengan berdasarkan dari data yang dipaparkan di atas.

#### **D. Area Jangkauan dan Biro Kompas TV**

Kompas TV merupakan stasiun yang tergolong berusia muda. Menginjak usianya yang hampir 8 tahun ini, Kompas TV berusaha untuk menyiarkan program-programnya di berbagai daerah. Saat ini televisi jaringan

Kompas TV dapat dinikmati di kota-kota besar yang tersebar di Indonesia, yaitu meliputi 24 kota besar diantaranya Aceh, Bandung, Banjarmasin, Bangka, Bali, Belu Atambua, Gorontalo, Jambi, Jember, Jabodetabek, Kupang, Kendari, Manado, Makassar, Palembang, Pelaihari, Purworejo, Pontianak, Sukabumi, Sidikalan, Semarang, Surabaya dan Yogyakarta (Wawancara Setiawan, 25/10/2017).

Luas jangkauan siaran Kompas TV tergantung dari sistem penyiaran yang digunakan. Jika khalayak menggunakan *streaming* melalui internet maka luas jangkauan siaran Kompas TV adalah secara internasional. Sedangkan untuk area nasional dapat menggunakan televisi berbayar dan parabola. Siaran *terrestrial free to air* Kompas TV memiliki luas jangkauan secara regional meliputi beberapa daerah saja dan belum menyeluruh di wilayah Indonesia. Siaran *terrestrial* Kompas TV berada pada jangkauan siaran televisi lokal yang menjadi anggota jaringan Kompas TV. Seperti contohnya pada wilayah Batu-Malang tidak dapat menangkap siaran *terrestrial* Kompas TV melalui Kompas TV Surabaya, maka beberapa daerah di Jawa Timur dapat menjangkau siaran Kompas TV melalui Kompas TV Surabaya.

Tabel.5. Jangkauan siaran terrestrial *Free To Air* Kompas TV  
(Sumber: Kompas TV *Network*, 2014)

				
Cities	Stasion	Channel	Secondary Cities	Population
Jabodetabek	Kompas TV	28 UHF	Jakarta, Bogor,	19.542.237

+ Banten	Jakarta		Bekasi, Tangerang, Depok, Serang, Karawang, Subang, Pandeglang	
Bandung	Kompas TV Jawa Barat	34 UHF	Sumedang, Purwakarta, Kota Bandung, Cianjur	39.910.274
Semarang	Kompas TV Jawa Tengah	47 UHF	Semarang, Grobogan, Pati, Demak, Jepara, Kendal, Kudus, Temanggung, Rembng, Salatiga	32.578.357
Yogyakarta + Solo	RBTV Yogyakarta	40 UHF	Klaten, Magelang, Sleman, Sragen, Bantul, Karanganyar, Sukoharjo, Gunung Kidul, Kulonprogo, Surakarta, Yogyakarta	3.458.029
Surabaya	Kompas TV Surabaya	40UHF	Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Lamongan, Bojonegoro, Jombang, Tuban, Gresik, Probolinggo, Mojokerto, Sampang	37.269.885
Denpasar	Kompas TV Dewata	45 UHF	Badung, Bangli, Banyuwangi, Gianyar, Jembarana, Karang Asem, Klungkung, Tabanan	4.227.705
Malang	ATV Malang	32 UHF	Kabupaten Malang, Malang Kota	753.442
Palembang	Kompas TV Sumatra Selatan	22 UHF	Palembang, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Indralaya, Lubuk Lingau	8.528.719
Makassar	Kompas TV	23 UHF	Gowa, Jeneponto,	9.368.107



	Makassar		Maros, Pangkajene, Kepulauan, Takalar, Ujung Pandang	
Banjarmasin	Kompas TV Banjarmasin	46 UHF	Kota Banjarmasin, Kota Pekanbaru, Kabupaten Banjar, Kabupaten Barito Kuala, Tanah Laut	4.145.843
Pontianak	Kompas TV Pontianak	39 UHF	Kabupaten Pontianak, Kota Pontianak	5.193.272
Bengkulu	Bengkulu TV	38 UHF	Bengkulu, Kabupaten Seluma, Kabupaten Bengkulu Tengah, Kabupaten Bengkulu Utara	1.996.538
Kupang	Kompas TV Kupaang	40 UHF	Kupang, Kabupaten Kupang	5.343.902
Purworejo	ARTTV	54 UHF	Kabupaten Purworejo, Kutoarjo, Bayan	738.728
Manado	Pasific TV	46 UHF	Manado, Kabupaten Minahasa Utara	1.600.00
Belu, NTT	Belu TV	37 UHF	Belu, Atambua	402.825
Gorontalo	Kompas TV gorontalo	54 UHF	Gorontalo	1.040.164
Kendari	Kompas TV Kendari	32 UHF	Kendari, kabupaten Konawe Utara, Kabupaten Konawe Selatan.	2.691.623
Jember	JMTV	54 UHF	-	-
Sukabumi	ATV Sukabumi	30UHF	-	-
Palaihari	Kompas TV Palaihari	62 UHF	-	-
Aceh	Antero TV	24 UHF	-	-
Jambi	BTV	47 UHF	-	-
Bangka	Kompas TV Bangka	31 UHF	-	-

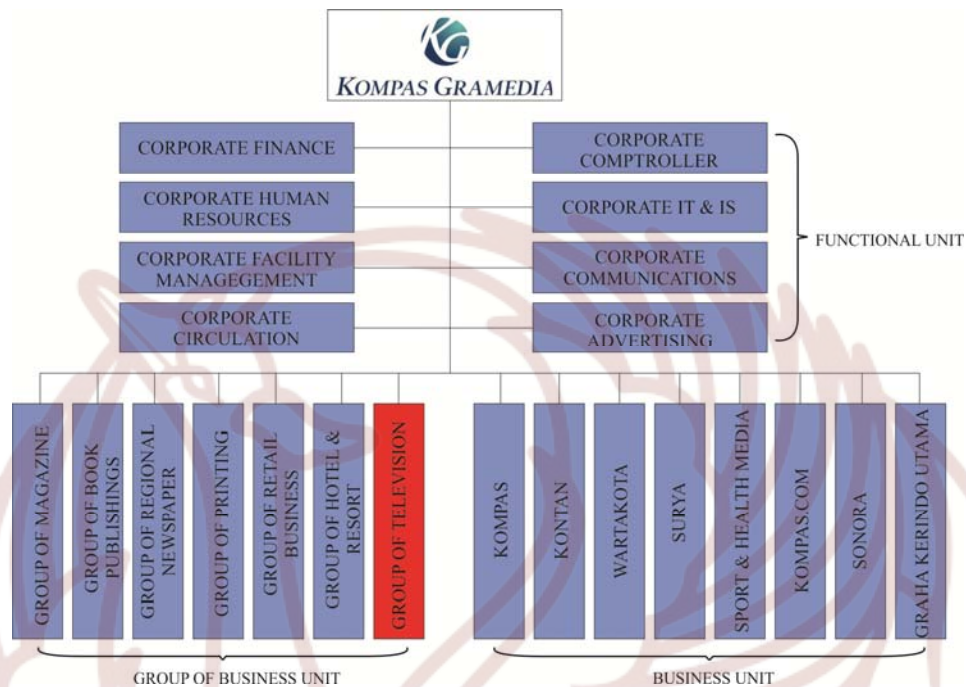
Dari luas jangkauan yang ada tersebut akan semakin bertambah luas dengan adanya penambahan anggota jaringan. Kompas TV memiliki beberapa

daerah yang menjadi prioritas utama dalam perluasan jangkauan diantaranya adalah daerah berbasis Nielsen yang berada di kota-kota besar, yaitu Medan, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Banjarmasin, dan Makassar. Prioritas kedua yaitu kota-kota besar di Indonesia yang memiliki nilai bisnis paling tinggi diantaranya Manado, Pontianak, Padang, dan Pekanbaru. Selanjutnya untuk prioritas ketiga adalah penguatan jangkauan di setiap provinsi di Indonesia. Wacana perluasan jangkauan tersebut mulai terpenuhi dengan adanya perluasan di beberapa kota diantaranya adalah Bangka, Pelaihari, Sidikalang, Jambi, Aceh, Sukabumi, Kupang Kompas TV, Gorontalo, dan Belu Nusa Tenggara Timur.

Luas jangkauan yang telah disebutkan di atas akan semakin bertambah meluas dengan adanya penambahan anggota jaringan di beberapa wilayah. Tabel di atas menunjukkan bahwa jangkauan siaran sudah hampir menyeluruh di wilayah Indonesia. Namun demikian, pembagian wilayah tersebut tidak terbagi seperti pembagian wilayah provinsi, namun disesuaikan dengan kekuatan pemancar.

#### **E. Manajemen Kompas TV**

Kompas Gramedia Group (KGG) pada dasarnya merupakan perusahaan korporasi yang memiliki usaha yang bergerak di banyak bidang. KGG memiliki susunan organisasi yang membawahi berbagai bidang. Beberapa diantaranya adalah dalam bidang media yang meliputi media cetak nasional dan regional, *cyber media*, dan media *audio visual*.

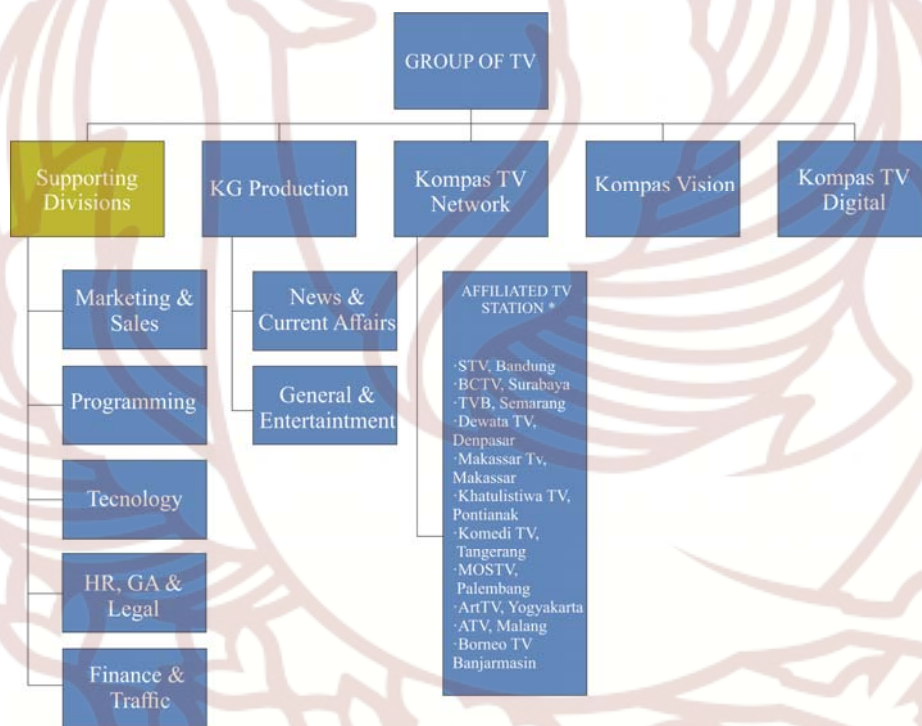


Gambar 4. Struktur Organisasi Kompas Gramedia Grup  
(Sumber: Kompas TV Network, 2014)

Kompas TV berdiri diantara berbagai bidang yang tumbuh di bawah Kompas Gramedia Group (KGG) diantaranya adalah *Group of Magazine* (Kelompok Majalah), *Group of Book Publishing* (Kelompok Penerbitan Buku), *Group of Newspaper* (Kelompok Surat Kabar), *Group of Bussines* (Kelompok Usaha), *Group of Hotel and Resort* (Kelompok Hotel dan Resor), dan *Group of TV* (Kelompok Televisi). Kompas TV merupakan “anak bungsu” dari perusahaan Kompas Gramedia TV (KGTV) dengan sistem penerimaan siaran secara *free to air* atau gratis, melalui sistem stasiun jaringan hasil kerjasama dengan stasiun televisi lokal. Sekarang ini Kompas TV hadir sebagai pionir stasiun televisi berjaring di Indonesia. Langkah ini diambil oleh para jajaran direksi Kompas TV *Both of Director* (BoD) sebagai wujud nyata ketaatan

perusahaan terhadap peraturan dalam UU nomor 32 tahun 2002 mengenai tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang.

Kompas Gramedia Group membentuk jaringan *multiplatform* yang akan menangani berbagai macam urusan yang berhubungan dengan pertelevisian. Jaringan tersebut dibentuk agar khalayak dapat memilih alternatif untuk melihat siaran Kompas TV.



Gambar 5. Struktur Organisasi Kompas Gramedia Grup TV  
(Sumber: Kompas TV *Network*, 2014)

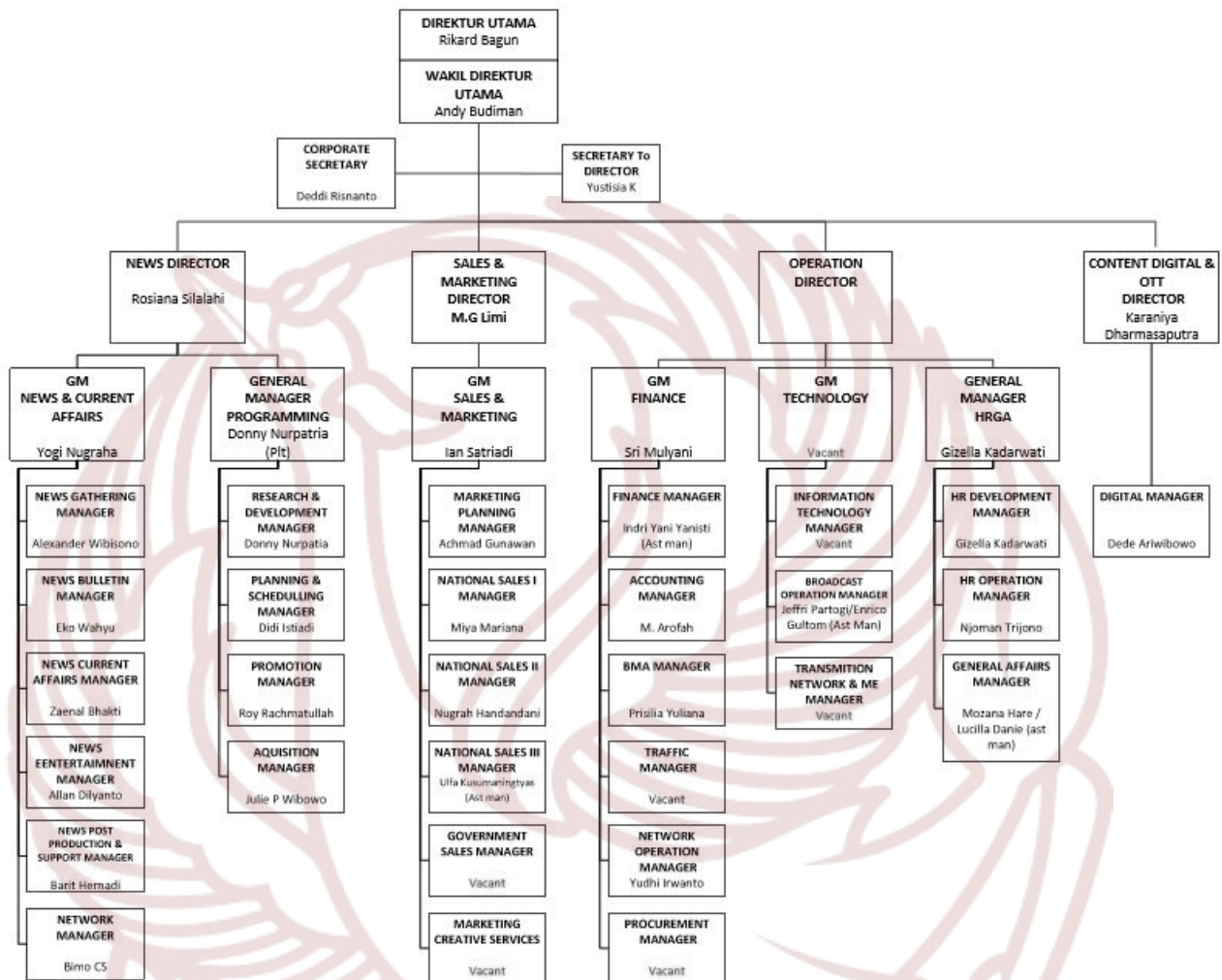
Kompas TV sebagai stasiun induk mempunyai susunan organisasi dalam menjalankan proses siarannya. *Both of Director* (BoD) Kompas TV membawahi 5 divisi yaitu divisi *Supporting Divisions*, *KG Production*, *Kompas TV Network*, *Kompas Vision*, *Kompas TV Digital*. *Supporting*



*Divisions* bidang pekerjaannya berkaitan dengan sistem manajemen. *KG Production* bidang kerjanya dalam ruang lingkup produksi program *news* (informasi) dan *entaintment* (hiburan). *Kompas TV Network* bidang kerjanya mengelola sistem televisi berjejaring. *Kompas Vision* merupakan salah satu variasi layanan Kompas TV sebagai televisi berlangganan melalui *K-Vision*. Sedangkan *Kompas TV Digital* bidang kerjanya meyiarkan informasi melalui media digital seperti *youtube, twitter, facebook* dan *instagram*.

Pada awal tahun 2016 tepatnya pada bulan Pebruari, Kompas TV memantapkan dirinya sebagai salah satu stasiun televisi berita di Indonesia. Kompas TV berada dibawah naungan Kompas Gramedia Group. Sebagai stasiun penyiaran berita, Kompas TV memiliki sususan organisasi dalam menjalankan segala proses siarannya. Berikut adalah susunan organisasi yang ada di Kompas TV sebagai stasiun televisi berita.





Gambar 6. Struktur Organisasi Kompas TV  
(Sumber: Muhammad Risman, 2017)

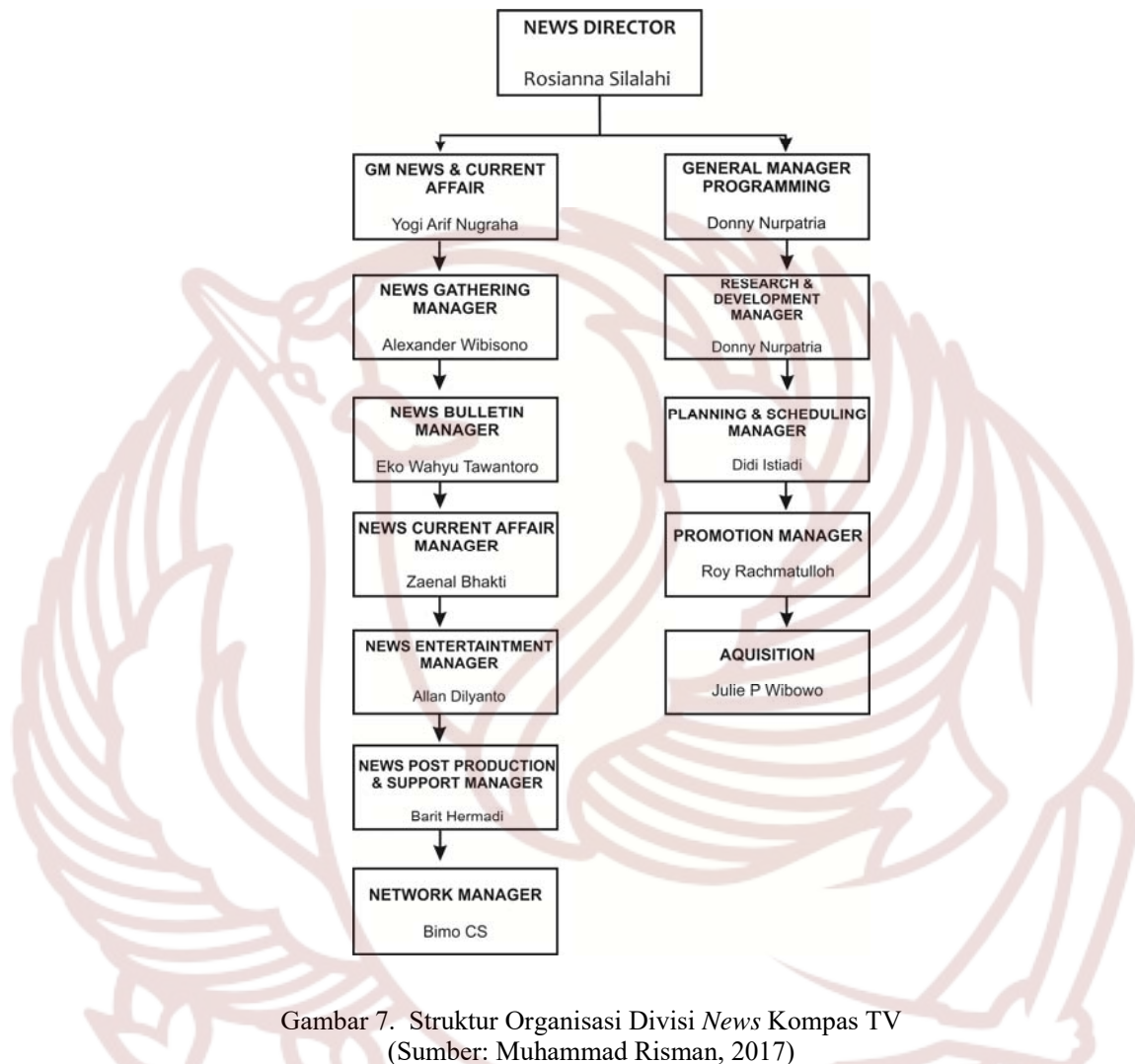
Kompas TV saat ini dipimpin oleh Direktur Utama, seorang jurnalis senior bernama Rikard Bagun, yang menaungi 4 divisi di bawahnya meliputi *News Director* (Pimpinan Redaksi) yang dipimpin oleh Rosiana Silalahi, *Sales & Marketing Director* (Direktur Pemasaran dan Penjualan) yang dipimpin oleh M.G Limi, *Operation Director* (Direktur Operasional) serta *Content Digital & OTT Director* yang dipimpin oleh Karaniya Dharmaputra. Masing-masing dari

divisi ini saling bersinergi untuk saling mengembangkan Kompas TV sebagai stasiun televisi berita di Indonesia sesuai dengan slogan yang disandang Kompas TV “Berita dan Inspirasi Indonesia”.

#### **F. Susunan Organisasi Divisi *News* dan *Current Affair***

Kompas TV di bawah naungan Kompas Gramedia Group (KGG) memiliki beberapa susunan divisi kerja, salah satunya adalah divisi *news*. Divisi *news* ini merupakan divisi yang paling inti sebagai penyedia layanan informasi yang disiarkan oleh Kompas TV. Sebagai salah satu stasiun televisi yang memiliki sajian utama program informasi, maka divisi *news* merupakan ujung tombak dari keberhasilan Kompas TV menyampaikan informasinya melalui program-program yang dimiliki. Divisi ini dipimpin oleh Rosianna Sillalahi selaku *News Director* atau dapat disebut dengan pimpinan redaksi.

*News Director* di Kompas TV membawahi dua divisi penting dalam pengolahan program yang disajikan kepada khalayak penonton yaitu divisi *news & current affair* dan *programming*. Dua divisi ini saling berhubungan satu sama lain dalam setiap tahapan pengolahan informasi yang didapat sampai dengan penyajian informasinya. Sebelum divisi *news* dan *current affair* memproduksi program-programnya, divisi *programming* melakukan bagian kerjanya terlebih dahulu untuk melihat sebuah peluang. Peluang yang dimaksudkan ini merupakan sebuah kesempatan untuk mendapatkan keuntungan, diantaranya adalah untuk memperoleh peminat penonton yang tinggi.

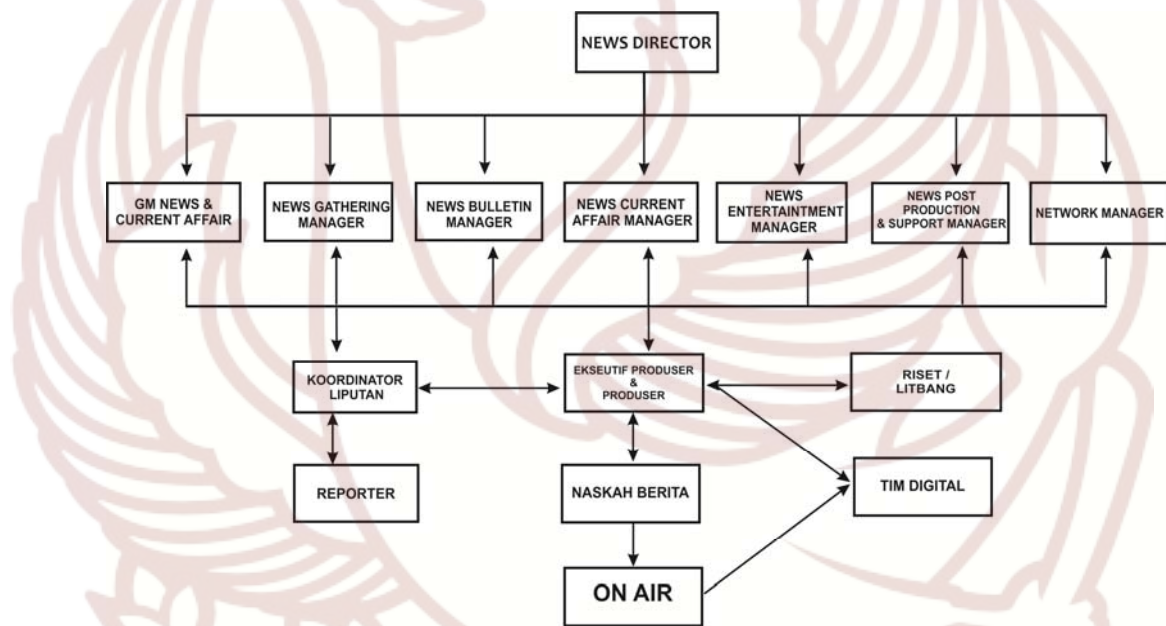


Gambar 7. Struktur Organisasi Divisi News Kompas TV  
(Sumber: Muhammad Risman, 2017)

Salah satu bagian kerja divisi *programming* yaitu menentukan penjadwalan pada setiap penayangan program acara, melakukan riset khalayak penonton yang menikmati siaran Kompas TV, melakukan berbagai upaya atau strategi dalam penyusunan program berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh tim *programming* bagian *research* dan *development*, mengawasi perolehan *rating* dan *share* dari penayangan program yang bersangkutan,

melakukan pembelian program (akuisisi) serta melakukan promosi program yang dimiliki Kompas TV.

Selain itu divisi *news* dan *current affair* di bawah kendali *News Director* (pimpinan redaksi) ini memiliki alur kerja dalam setiap harinya. Berikut ini merupakan gambaran alur kerja yang ada pada divisi *news* dan *current affair* di Kompas TV.



Gambar 8. Struktur Organisasi Divisi *News* Kompas TV  
(Sumber: Sri Rahayu, 2017 diolah dari wawancara koordinator liputan dan tim digital)

Divisi *news* dan *current affair* memiliki beberapa pembagian tanggung jawab kerja dalam setiap penayangan program yang dilakukan, diantaranya adalah *news gathering* (tim peliputan berita), *news bulletin*, *news current affair*, *news entertainment*, dan *news post production*. Dalam setiap langkah yang dilakukan oleh setiap masing-masing tim kerja dalam divisi *news*



dikendalikan oleh pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi. Tentunya dalam pengendalian yang dilakukan, merupakan bentuk upaya untuk tetap menjaga setiap tim berjalan pada visi dan misi Kompas TV.

Dalam pemenuhan kebutuhan informasi sehari-hari, dilakukan sebuah rapat proyeksi yang dilakukan setiap malam hari pukul 19.00 WIB yang bertempat di *news room* lantai lima gedung *green* Kompas TV. Rapat proyeksi ini dilakukan untuk merencanakan dan membagi tugas apa saja yang akan dilakukan esok hari, guna mendapatkan informasi terbaru dari setiap peristiwa. Rapat proyeksi ini dihadiri oleh masing-masing produser program dari tim program *news bulletin*, koordinator liputan (Korlip), tim riset (Litbang), penanggung jawab program *news bulletin*, penanggung jawab peliputan dan biasanya juga dihadiri oleh pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi.

Dalam rapat yang dilakukan ini, penanggung jawab program *news bulletin* memimpin rapat untuk pembagian tugas yang harus dilaksanakan untuk keesokan hari. Selain itu dalam rapat ini semua perwakilan dari setiap tim dapat memberikan masukan yang berkaitan dengan informasi yang didapatkan, hal apa yang harus dilakukan atau bahkan menyusun strategi dalam menjalankan tugas. Selain masukan dari masing-masing tim yang mewakili rapat proyeksi, setiap tim dapat menyampaikan keluhan apa saja yang di alami dalam melakukan tugas.

Setelah rapat proyeksi dilakukan, koordinator liputan (Korlip) membagi dalam setiap *plot* liputan kepada reporter. Setelah itu reporter melakukan peliputan dan kemudian memberikan materi liputan berupa naskah melalui



*email* dan materi video hasil liputan melalui *feeding*. Setelah naskah diterima oleh Korlip, kemudian korlip menginformasikan kepada produser untuk selanjutnya naskah liputan akan dibaca dan dikerjakan ulang oleh produser. Hal ini juga berlaku pada reporter di daerah-daerah yang juga mendapatkan plot liputan di setiap daerah masing-masing. Bedanya reporter daerah mengirim materi videonya melalui *FTP*. Dalam pengerjaan naskah yang dilakukan produser juga memerlukan data-data pendukung yang valid, seperti jumlah korban, nama tempat, nama orang, waktu kejadian, biografi, sejarah atau bahkan data-data pendukung lainnya. Untuk memperoleh data-data tersebut produser dapat meminta bagian riset (Litbang) untuk mencari data yang di perlukan oleh produser dalam menyusun naskah. Litbang dapat memperoleh data-data tersebut melalui media sosial, portal berita resmi atau portal berita yang berkaitan dengan Kompas Group, maupun dari data-data yang tersimpan pada arsip bagain riset Litbang. Setelah naskah dibuat, produser harus menyerakan naskah tersebut kepada eksekutif produser yang bertugas untuk diperiksa kembali serta untuk menyelaraskan bahasa.

Setelah dilakukan pengecekan dan penyelarasan bahasa oleh eksekutif produser, kemudian produser menyerahkan naskah tersebut kepada tim *news post production* untuk melakukan *editing* gambar atau video yang telah didapatkan. Dalam melakukan *editing* video yang dilakukan oleh editor biasanya terdapat sebuah catatan khusus yang dilakukan oleh produser, isi dari catatan tersebut biasanya berisi permintaan produser untuk di berikan sensor terkait gambar yang memuat konten kekerasan, darah, pornografi dan

perlindungan anak. Setelah dilakukan pengeditan video dan memasukkan hasil *dubbing* narasi berita selesai, produser dapat melakukan pengecekan ulang sebelum dilakukan proses penyiaran (*on air*). Dari hasil video yang telah selesai melalui proses *post production*, selanjutnya dapat dilakukan proses penyiaran (*on air*) pada setiap program berita yang bersifat *hard news*.

Sebelum melakukan *on air* biasanya penanggung jawab program *news bulletin* atau setiap produser program juga berkoordinasi dengan tim digital Kompas TV untuk melakukan proses *streaming* atau tidak. Proses *streaming* yang dilakukan menggunakan media sosial *youtube* dan *facebook* resmi milik Kompas TV. Selain *streaming* biasanya tim digital Kompas TV juga melakukan promosi program disetiap jadwal penyangan yang bersangkutan. Fungsi dari *streaming* yang dilakukan melalui media sosial oleh tim digital ini adalah masing-masing dari tim *news* dan *current affair* ingin memberikan informasi kepada penonton yang tidak dekat dengan televisi, namun dapat menikmatinya sajian informasi Kompas TV melalui *gadget* yang dimiliki oleh setiap penonton.

Proses di atas berlaku pada divisi *news bulletin*, untuk divisi lain seperti *news current affair* dan *news entertainment* memiliki perbedaan pada teknik produksi yang dilakukan. Dapat dilakukan dengan teknik siaran langsung (*live*), bahkan dengan cara *tapping*. Masing-masing divisi tersebut dapat berkoordinasi satu dengan yang lainnya untuk saling bertukar informasi. Selain itu dalam setiap divisi *news* (*news bulletin*, *news current affair*, dan *news entertainment*) juga dapat menyiarkan informasinya melalui media sosial lewat

bantuan tim digital. Sejatinya ketiga tim *news* ini memiliki langkah yang sama bahwa ingin memberikan sajian informasi yang menarik bagi khalayak penonton.

### **G. Program Acara *Hard News* Kompas TV**

Kompas TV memiliki program acara berita yang tayang secara linier, yakni program informasi siap siar yang tayang secara terjadwal dengan konsistensi jam tayang yang sudah ditentukan sebelumnya pada proses perencanaan program. Program berita ini memiliki wilayah waktu di setiap harinya, seperti program *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Kompas Petan*, *Kompas Malam*, *Kompas Dunia*, *Berita Utama*, dan *Indonesia Update*. Program Berita ini tayang setiap hari yang termasuk dalam berita yang bersifat *hard news*. Arti dari *hard news* yang dimaksudkan adalah setiap berita yang ditayangkan memiliki ciri informasi penting dan menarik untuk segera disiarkan kepada khalayak penonton. Program-program tersebut dikemas dengan cara yang cukup beragam.

Program *Hard News* Kompas TV menyuguhkan informasi dengan memperhatikan nilai-nilai berita yang meliputi *significance* (mempengaruhi kehidupan orang banyak), *proximity* (kedekatan), *Prominence* (ketokohan maupun kelembagaan), *unusual* (keanehan), *conflic* (pertentangan), *human interest* (menyangkut orang biasa di situasi luar biasa) dan lain sebagainya dengan tetap memperhatikan nilai-nilai berita yang lainnya untuk disampaikan kepada penonton program acara Kompas TV. Berikut program acara berita *hard news* Kompas TV yang tayang setiap harinya:

a. *Kompas Pagi*

*Kompas Pagi* merupakan salah satu program berita Kompas TV yang tayang setiap hari pukul 04.30-06.30 WIB. Program acara ini berlangsung selama 120 menit, yang terbagi menjadi 10 segmen, yang masing-masing beritanya berisi mengenai peristiwa atau kejadian, ekonomi, politik, hukum, dan keamanan yang telah terjadi atau sedang terjadi. Dalam penyusunannya, *Kompas Pagi* berupaya untuk menyajikan informasi-informasi yang bersifat baru (*fresh news*) atau dalam isu hangat yang menjadi bahan perbincangan masyarakat. Hal ini menjadi nilai penting bahwa dalam penyampaian informasinya, *Kompas Pagi* selalu berupaya memberikan informasi terkini kepada khalayak penonton.



Gambar 9. Program *Kompas Pagi*  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=Dea7s\\_EzELk](https://www.youtube.com/watch?v=Dea7s_EzELk), 2017)

Susunan berita *Kompas Pagi* bersumber pada informasi mengenai fenomena atau kejadian yang terjadi sepanjang pukul 02.00 WIB hingga 04.30 WIB. Berita yang ditayangkan bisa juga bersumber dari informasi-informasi yang tidak memungkinkan untuk disiarkan



oleh program *Kompas Malam* dan *Kompas Dunia*. Informasi yang didapatkan dari program *Kompas Malam* dan *Kompas Dunia* ini kemudian dikemas dalam bentuk paket yang lebih lengkap dalam pembahasan beritanya. Hal ini dilakukan karena peristiwa yang terjadi memiliki jarak waktu yang memungkinkan untuk produser mendapatkan *update* berita terbarunya.

Durasi penayangan berita *Kompas Pagi* memiliki intensitas yang cukup lama, hal ini dapat dimanfaatkan oleh para produser untuk membahas informasi agar lebih lengkap kepada khalayak audiensi. Maksud dari pemanfaat waktu tayang yang dimiliki ini, terlihat bahwa dalam beberapa topik informasi yang disajikan oleh *Kompas Pagi* lebih sering mengadakan perbincangan secara langsung dengan beberapa narasumber yang berkaitan dengan informasi tersebut. Narasumber yang dipilih adalah seseorang yang benar-benar mengerti tentang isu atau peristiwa yang tengah terjadi. Narasumber yang didatangkan di studio *Kompas Pagi* saat penayangan ataupun dimintai keterangan melalui telepon ini, adalah narasumber dari kedua belah pihak yang saling bertentangan. Selain itu dapat pula diberitakan melalui gambar wawancara mengenai pendapat dari kedua belah pihak.

Sebagaimana berita yang terjadi pada tanggal 01 Mei 2017 yang bertepatan dengan hari buruh, (Kompas TV, 2017). Pada berita yang ditayangkan terlihat para pekerja melakukan aksi demonstrasi menuntut pemerintah menaikkan gaji Upah Minimum Kabupaten (UMK). Hal ini



ditampilkan pendapat dari pihak perwakilan serikat pekerja dengan pihak pemerintah yang diwakili oleh Wakil Presiden, Jusuf Kalla. Dalam pemberitaan yang dilakukan ini terlihat bahwa Kompas TV tidak mememihak atau menyudutkan pemerintah maupun serikat pekerja. Hal inilah yang menjadi salah satu bentuk independensi (bebas, berdiri sendiri). Independen yang dimaksud dapat diartikan bahwa Kompas TV tidak terikat dengan pihak manapun untuk mendapatkan sebuah keuntungan.

*b. Kompas Siang*

*Kompas Siang* adalah salah satu program acara berita *hard news* yang ditayangkan oleh Kompas TV. *Kompas Siang* tayang setiap hari pada pukul 11.00-13.00 WIB, yang terbagi menjadi sembilan segmen. Dalam setiap tayang, sembilan segmen ini masing-masing membahas informasi mengenai isu terkini dari setiap fenomena atau peristiwa yang terjadi pada saat itu. Pada proses penyusunan informasi yang disampaikan kepada khalayak dalam setiap harinya, memiliki susunan informasi yang berhubungan dengan fenomena atau kejadian mengenai politik, hukum, keamanan, dan bencana alam tergantung produser *show* yang memimpin penayangan program pada hari itu (Wawancara Setiawan, 25/10/2017).



Gambar 9. Program *Kompas Siang*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=EOuVVubgwGY>, 2017)

Produser *show* yang dimaksudkan adalah masing-masing produser program yang menyusun materi informasi serta memimpin produksi dan penayangan program acara pada waktu itu. *Kompas Siang* memiliki delapan produser *show*, yang masing-masing produser memiliki kesamaan dalam menayangkan informasi-informasinya. Informasi yang disampaikan adalah informasi terkini yang bersifat terkini atau baru. Meskipun memiliki kesamaan dalam menyampaikan informasi terkini, namun dalam penyusunannya mereka memiliki strategi tersendiri.

Waktu tayang *Kompas Siang* dekat dengan program acara pagi diantaranya pukul tujuh, delapan, sembilan dan sepuluh, pada saat inilah produser *show* mendapatkan informasi yang baru saja terjadi melalui Korlip (koordinator liputan). Selain itu pada waktu program *Kompas Siang* berjalan, produser *show* juga masih dapat menunggu informasi mengenai peristiwa atau kejadian yang berlangsung di jam penayangan tersebut. Setelah mendapatkan informasi terbaru, produser

*show* mengemas informasi tersebut secara lebih ringkas. Ringkasan informasi ini dikemas menjadi berita cepat yang ditayangkan untuk mengejar keterkinian berita yang diperoleh. Kemasan berita cepat ini berupa *Voice Over*, karena jika diolah menjadi sebuah paket berita otomatis gambar yang didapatkan tidak mencukupi. Paket berita yang dimaksudkan adalah rangkaian berita yang memiliki jumlah gambar cukup banyak, serta informasi berupa datanya cukup untuk dijadikan sebuah rangkaian paket berita. Sedangkan berita cepat dapat disajikan dalam bentuk cuplikan gambar singkat, yang diiringi dengan narasi yang dibacakan oleh *News Anchor*. Biasanya kemasan berupa *Voice Over* ini dalam penayangannya kurang lebih hanya satu menit.

Sebaran berita yang dilakukan oleh produser *show Kompas Siang*, salah satunya dengan cara membaginya dalam beberapa bagian informasi, yang masing-masing susunan informasi terbagi dalam sembilan segmen (Wawancara Setiawan, 25/10/2017) yaitu:

- a) Segmen 1 adalah susunan berita yang paling utama. Pada segmen ini informasi (berita) yang didapatkan adalah berita yang paling mendekati jam 11.00 WIB.
- b) Segmen 2 susunan beritanya berisi informasi-informasi terbaru yang didapatkan saat *Kompas Siang* berlangsung, yaitu informasi baru (*fresh news*) yang terjadi diantara jam 11.00 WIB hingga 13.00 WIB.

- c) Segmen 3 pada segmen ini susunan informasi yang ditayangkan berisi mengenai berita-berita bersifat penting yang terjadi di malam hari atau dini hari yang tidak ter-cover, atau yang tidak memungkinkan untuk ditayangkan oleh program acara *Kompas Malam*, *Kompas Pagi*, atau *Sapa Pagi*, sehingga informasi ini layak untuk dijadikan materi berita pada *Kompas Siang* agar dapat segera disampaikan kepada khalayak.
- d) Segmen 4 susunan informasinya berisi mengenai berita-berita yang kejadiannya sepanjang sejak *Kompas Siang* selesai. Dalam artian, informasi yang didapatkan adalah segala bentuk berita yang terjadi setelah program *Kompas Siang* berakhir, yaitu pada pukul 14.00 WIB sampai dengan pukul 11.00 WIB keesokan harinya.
- e) Segmen 5 berisi mengenai cerita Nusantara, yaitu segmen spesialisasi yang dimiliki oleh *Kompas Siang*. Para produser *show Kompas Siang* berupaya untuk memberikan kesempatan dan kepercayaan bahwa informasi-informasi dari daerah juga sangatlah penting. Dari 24 biro Kompas TV inilah yang dimanfaatkan oleh para produser *show Kompas Siang* untuk dijadikan segmen khusus.
- f) Segmen 6 berisi mengenai informasi (berita) yang bersifat *fresh news* dari manca negara, yaitu berita yang membahas mengenai suatu kejadian di luar negeri yang benar-benar *fresh*. Biasanya



informasi yang didapatkan dari luar negeri adalah peristiwa yang terjadi saat sore hari atau malam hari waktu setempat.

- g) Segmen 7 susunan informasinya mengenai pengulangan berita atau informasi-informasi berjalan yang sedang berlangsung di jam penayangan *Kompas Siang*, misalnya kejadian tersebut terjadi pada pukul 12.00 WIB – 12.30 WIB, maka informasi tersebut layak untuk ditayangkan di segmen tujuh.
- h) Segmen 8 memiliki susunan berita-berita yang tayang pada segmen 2 atau 3 yang diulang di segmen delapan ini, ditambah dengan peristiwa-peristiwa atau informasi-informasi baru yang lebih *fresh*.
- i) Segmen 9 susunan informasinya adalah, jika tidak ada atau tidak didapatkan berita atau informasi yang bersifat penting (*urgent*) sekali. Produser *show Kompas Siang* akan memberikan informasi-informasi yang bersifat *life* (kehidupan), yang dikemas berupa paket kuliner, jalan-jalan, atau wisata.

Cara penyusunan informasi di atas dilakukan hanya pada program *Kompas Siang*, hal tersebut tidak berlaku untuk program acara lainnya. Pada dasarnya penyusunan ini akan berubah-ubah, sesuai dengan karakter atau *style* dari masing-masing produser *show Kompas Siang* yang memimpin program saat itu. Kedelapan produser *show* tersebut memiliki karakter yang berbeda-beda tetapi memiliki tujuan yang sama.



Pada beberapa segmen terdapat sebuah pengulangan informasi, hal ini dilakukan karena pertimbangan produser mengenai data riset yang telah didapatkan, mengenai perilaku kebiasaan penonton untuk menonton televisi. Menurut riset yang telah dilakukan, penonton *Kompas Siang* akan berkumpul untuk menonton program informasinya pada pukul 11.30 WIB. Sedangkan waktu tayang program *Kompas Siang* mulai pukul 11.00 WIB. Hal inilah yang menjadi bahan pertimbangan dalam pengulangan berita di segmen sebelumnya, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada audiensi agar tidak tertinggal dengan informasi yang telah disampaikan di segmen satu, segmen dua dan segmen tiga (Wawancara Setiawan, 25/10/2017).

c. *Kompas Petang*

*Kompas Petang* adalah salah satu program berita *hard news* Kompas TV, yang tayang pada sore hari pukul 16.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB. Waktu penayangan *Kompas Petang* termasuk pada kategori program acara yang tayang di waktu *fringe time*. Informasi yang disampaikan kepada audiensi adalah informasi mengenai peristiwa atau fenomena yang berkaitan dengan politik, hukum, keamanan dan kemanusiaan. Informasi tersebut disajikan dalam enam segmen dalam setiap penayangan program acara *Kompas Petang*.



Gambar 10. Program *Kompas Petang*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=rOYf6Jrz6z0>, 2017)

Dalam penyampaian informasinya, *Kompas Petang* biasanya menghadirkan beberapa narasumber untuk memberikan pendapatnya secara langsung di studio. Biasanya narasumber yang dihadirkan adalah seorang ahli atau seseorang yang berkaitan dengan kasus atau isu yang tengah berkembang di tengah masyarakat pada saat itu. Hadirnya narasumber yang berkaitan dengan berita yang disampaikan menunjukkan independensi Kompas TV dalam menyampaikan informasinya. Independensi yang dimaksudkan Kompas TV ingin menunjukkan bahwa benar-benar tidak terkait dengan objek pemberitaan. Seperti contoh pada berita mengenai polemik antar institusi terkait pembelian senjata. Hal ini pihak Kompas TV menghadirkan ahli, khususnya dalam bidang militer yaitu Connie Rahakundini Bakrie selaku pengamat militer dari *Institute of Defence and Security Studies*.



Gambar 11. Pendapat pengamat militer mengenai pengadaan senjata api  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ZshI8kOIUIE>, 2017)

Durasi penayangan yang dibuat lebih lama serta waktu penayangan *fringe time* yang digunakan, menunjukkan upaya produser untuk mendapatkan penonton yang lebih banyak pada jam 18.00-19.00 WIB. Meskipun biasanya program beritanya terasa cukup membosankan, durasi penayangan serta konten program yang digunakan pada hampir sama dengan program *Kompas Pagi*.

#### d. *Kompas Malam*

*Kompas Malam* merupakan salah satu program acara berita Kompas TV yang menayangkan informasi (berita) yang bersifat *hard news*. Program *Kompas Malam* tayang setiap hari pada pukul 21.00 WIB sampai 22.00 WIB. Durasi dalam setiap penayangan program *Kompas Malam* yaitu 60 menit yang terbagi menjadi 5 segmen, yang masing-masing informasinya berisi mengenai persoalan politik, hukum, dan keamanan. Penyusunan informasi yang dilakukan yaitu dengan cara mengemas informasi mengenai isu ataupun peristiwa yang

berkaitan erat dengan penonton. Hal ini dapat dimaksudkan bahwa fenomena (peristiwa) dan juga isu-isu yang berkembang di tengah masyarakat mampu menjadi daya tarik penonton untuk terus menyaksikan perkembangan berita yang terjadi. Salah satunya adalah mengenai penutupan hotel Alexis pada tanggal 27 Oktober 2017 yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Keputusan Anies Baswedan menuai kekecewaan khususnya para pemilik hiburan malam. Hal ini menjadi sorotan masyarakat terkait penutupan hotel Alexis. Berita ini dikatakan menarik, karena terlihat dari topik mengenai hotel Alexis banyak disorot berbagai media massa.

Penyampaian informasi yang dilakukan lebih mengutamakan berita-berita yang bersifat *fresh* atau berita baru. Kecepatan dalam pemberitaan sangat dibutuhkan, hal ini membantu khalayak penonton untuk lebih cepat mendapatkan informasi mengenai peristiwa atau kejadian yang terjadi saat itu. Kecepatan penyampaian informasi juga harus memperhatikan ketepatan dalam penyebaran beritanya. Ketepatan yang dimaksud mengarah pada informasi yang didapatkan harus benar, data berupa angka haruslah tepat jumlah nominalnya, tempat kejadiannya harus jelas, dan data-data pendukung lainnya harus benar. Untuk mendapatkan data-data tersebut produser atau tim kreatif bisa mengeceknya pada sumber portal berita yang dipercaya seperti, *Kompas.com*, *Harian Kompas*, *Tribunnews.com* dan juga dari data lapangan berupa data wawancara dengan orang yang bersangkutan.





Gambar 12. Program *Kompas Malam*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=9Gt1KQlQyuc>, 2017)

*Kompas Malam* berupaya untuk mempertahankan penontonnya melalui informasi yang meyakinkan. Maksud dari meyakinkan yang dilakukan yaitu dengan cara membuat penonton percaya bahwa tidak ada keberpihakan secara redaksional dalam penyampaian informasi yang disampaikan kepada penonton. Beberapa hal yang menunjukkan tidak adanya keberpihakan ini diperlihatkan dengan berita-berita yang ditayangkan, berupa dialog yang dilakukan selalu memuat pendapat dari dua belah pihak yang saling bertentangan. Adanya penguatan keyakinan yang dilakukan ini dapat secara redaksional memperkuat *branding* dan keakuratan maupun independensi dalam penyajian berita yang dilakukan produser *Kompas Malam* sendiri maupun program-program berita *hard news* lainnya di Kompas TV

e. *Kompas Dunia*

Diantara stasiun televisi yang lainya, Kompas TV merupakan salah satu stasiun televisi yang memiliki program khusus berita

internasional. Program *Kompas Dunia* merupakan salah satu program berita bersifat *hard news* yang tayang setiap hari pukul 23.30 WIB, yang terbagi menjadi beberapa segmen dalam waktu 30 menit. Informasi yang disajikan pada program *Kompas Dunia* adalah informasi (berita) internasional yang bersifat aktual dari berbagai daerah di penjuru dunia. Aktual yang dimaksudkan dalam program *Kompas Dunia* ini adalah berita atau peristiwa yang diperoleh merupakan informasi yang baru saja terjadi pada suatu daerah di luar negeri, yang layak untuk disebarluaskan informasinya kepada audiensi.



Gambar 13. Program *Kompas Dunia*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=p0zpxXbC8iE&t=14s>, 2017)

Penyusunan informasi yang ditayangkan pada program *Kompas Dunia* bersumber dari portal berita asing, yaitu *Reuters* dan *AFP*. Kedua portal tersebut merupakan sumber informasi (berita) internasional yang bekerja sama dengan Kompas TV (Wawancara Iswari, 19/10/2016). Informasi yang didapatkan dari kedua portal berita tersebut kemudian dikemas secara akurat, karena sebelum ditayangkannya informasi tersebut selalu dilakukan pemeriksaan

kembali data yang diperoleh dan membandingkannya dengan beberapa portal berita yang lain. Pemeriksaan kembali dilakukan hanya untuk memeriksa ulang data yang diperoleh, sumber data berupa video tetap bersumber pada *Reuters* dan *AFP*.

Selain itu agar program terlihat menarik, menurut Pascalis Iswari rangkaian *rundown* dibuat dengan susunan yang tidak monoton, diantaranya dengan memadukan *audio atmosfer*, paket berita, *soundbite* dari tokoh-tokoh penting, dan dibuat dengan *pace* tinggi, (Wawancara Iswari, 19/10/2016). Terkadang tampilan gambar berita internasional pada program *Kompas Dunia* yang disampaikan juga dipadukan dengan grafis, untuk menunjang variasi penyampaian informasi agar lebih menarik.

Program *Kompas Dunia* tampak lebih mengutamakan gambar yang kuat untuk diletakkan di awal program. Maksud dari peletakan gambar diperkuat di awal program ini bertujuan agar menarik perhatian khalayak penonton. Hal ini membuat pemirsa akan tetap *stay tune* pada *channel* Kompas TV untuk menantikan informasi yang dianggap penting, didukung dengan peletakan gambar dramatis yang ditayangkan di awal program. Penonton yang bertahan pada *channel* Kompas TV sangat berpengaruh pada pencapaian *rating* dan *share* yang akan didapatkan nantinya melalui program *Kompas Dunia*.

Informasi yang ditayangkan dalam program *Kompas Dunia* kebanyakan adalah membahas atau menginformasikan suatu kejadian

mengenai sebuah peristiwa atau fenomena yang terjadi di luar negeri. Penonton dapat mengetahui segala informasi terkini yang sedang terjadi di luar negeri saat itu melalui berita yang disampaikan *Kompas Dunia*. Berita internasional yang ditayangkan melalui program *Kompas Dunia*, sangat membantu khalayak penonton untuk mengetahui hal apapun yang sedang terjadi di suatu wilayah di luar negeri. Salah satu contoh informasinya yaitu terjadi sebuah penindasan oleh kelompok militer terhadap kelompok muslim Rohingya di *Myanmar*, yang menyebabkan terusirnya kelompok muslim di lingkungan tempat tinggal mereka sendiri. Tentunya dengan berita yang disampaikan melalui *Kompas Dunia* ini dapat membantu kelompok muslim Rohingya mendapatkan dukungan baik melalui doa, materi, bantuan tempat tinggal di negara tetangga, maupun bantuan kesehatan yang sangat mereka butuhkan.

Tidak hanya mengenai kerusuhan atau mengenai suatu permasalahan tertentu saja yang dapat diberitakan, namun muatan informasi seperti bencana alam, kebakaran, kerusuhan, perpecahan dan informasi krisis perekonomian luar negeri yang terjadi dapat disebarluaskan informasinya untuk khalayak penonton melalui program berita. Sebagaimana Pascalis Iswari selaku produser program *Kompas Dunia* mengemukakan bahwa:

Kebanyakan pada program berita internasional, gambar yang disukai pemirsa biasanya seputar perang, krisis politik suatu negara, kebakaran, serangan bom, perang, ataupun unjuk rasa dengan skala besar. Berita-berita yang viral dibicarakan di



media sosial, atau peristiwa yang memakan korban dengan jumlah besar juga dapat dijadikan sebuah segmen khusus dalam program *Kompas Dunia* (Wawancara Iswari, 19/10/2016).

Khalayak penonton sangat membutuhkan informasi-informasi yang terjadi di luar negeri tersebut untuk sekedar menjadi sebuah pengetahuan, atau bahkan dengan adanya pemberitaan tersebut dapat mempengaruhi keputusan maupun kehidupan penonton. Maksud dari mempengaruhi keputusan atau kehidupan penonton yaitu sebagai contoh adalah seorang penonton berita akan melakukan perjalanan ke Jepang, tanpa disangka ada sebuah pemberitaan mengenai badai Katarina yang menyerang Jepang, maka dengan adanya pemberitaan ini dapat mempengaruhi keputusan penonton untuk membatalkan perjalanannya ke Jepang.

*f. Berita Utama*

Program acara *Berita Utama* merupakan salah satu program berita Kompas TV yang bersifat *hard news*. Tayang setiap hari selama 30 menit pukul 18.00–18.30 WIB. Dalam setiap penyajian informasi yang disampaikan dibagi menjadi 4 segmen. Setiap segmennya informasi yang disampaikan lebih banyak mengandung konten politik, baik tokoh politik maupun isu politik yang berkembang di tengah masyarakat saat ini. Sebagai contoh pemberitaan mengenai tokoh politik partai Golkar, Setya Novanto, yang diduga menerima suap

perihal kasus E-KTP, atau kasus pemilihan kepala daerah terpilih DKI Jakarta dan sebagainya yang berbau isu politik lainnya.



Gambar 14. Program *Berita Utama*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=nXyg8tyqe3U>, 2017)

Perbaduan komposisi informasi yang ditayangkan pada program *Berita Utama* ini informasinya dominan memuat konten politik, dan sisanya memuat konten mengenai kriminal, isu sosial, dan peristiwa. Informasi yang disampaikan tergolong dalam berita yang memerlukan penonton untuk berfikir kembali mengenai topik yang dibahas. Dalam artian berita-berita yang ditayangkan merupakan berita penting mengenai suatu masalah atau isu di tengah masyarakat, dan memberikan pengaruh kepada masyarakat luas.

Program *Berita Utama* disusun dengan sedemikian rupa agar terlihat berbeda dengan berita-berita lainnya. Pembahasan mengenai suatu topik tertentu diulas secara lebih mendalam. Hal ini dapat dilihat dari durasi penayangan dan penyampaian setiap bagian informasinya lebih lama dibandingkan dengan penyampaian informasi pada program *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Kompas Petang*, dan *Indonesia Update*.

yaitu selama 3 hingga 10 menit di setiap topik pemberitaan. Penyusunan gambar dibuat lebih dramatis yang didukung dengan *audio atmosfir*, yang sangat berguna untuk mendukung ketertarikan penonton untuk tetap *stay tune* pada program *Berita Utama*. Selain dari ulasan yang disampaikan pada penyajian informasi melalui gambar dan suara, hal yang membedakan kemasan program *Berita Utama* adalah cara penyampaian berita oleh pembawa acara yang tampak lebih serius. Hal ini menambah kesan berita yang disampaikan melalui program *Berita Utama* merupakan informasi yang cukup berbobot atau membuat penonton untuk berfikir dalam mencerna berita yang diditayangkan.

g. *Indonesia Update*

*Indonesia Update* adalah salah satu dari beberapa program berita Kompas TV yang bersifat *hard news*, dengan waktu tayang setiap hari selama 30 menit pukul 15.00–16.00 WIB. Program *Indonesia Update* dalam setiap tayangannya terdiri dari lima segmen. Berita yang disampaikan *Indonesia Update* kepada penonton lebih banyak memuat informasi mengenai kriminal, peristiwa, dan sosial. Pada program *Indonesia Update* tidak hanya terdapat informasi *hard news* saja, tetapi juga informasi berupa *features* di akhir segmen.



Gambar 15. Program *Kompas Update*  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=974F\\_BSNYE4&t=16s](https://www.youtube.com/watch?v=974F_BSNYE4&t=16s), 2017)

Penyajian informasi dalam bentuk segmen khusus juga dilakukan pada program ini. Informasi yang biasanya dijadikan segmen khusus ini adalah pada hari pahlawan, bencana besar, ledakan bom, dan lain sebagainya. Segmen khusus tersebut dibuat agar masyarakat mendapatkan informasi yang lebih banyak dan variatif.

Menurut Ferissa Djohan, penyusunan materi berita yang ditayangkan pada program *Indonesia Update* terdiri dari segmen lima segmen, yang masing-masing segmennya terdiri dari segmen 1 dan 2 biasanya berisi informasi-informasi mengenai kriminal keras, segmen 3 biasanya berisi informasi mengenai tata kota, humanis, kemiskinan atau bencana alam yang terjadi, dan untuk segmen 4 dan 5 pada program *Indonesia Update* diisi dengan *features* ringan. Jarang sekali ditemukan informasi yang disampaikan pada program *Indonesia Update* membahas atau menayangkan berita mengenai isu politik (Wawancara



Djohan, 18/10/2017). Sebagaimana dikatakan Ferissa Djohan, produser program *Indonesia Update* bahwa:

Kami melihat dari pergerakan *rating* dan *sharing* serta ketertarikan penonton biasanya mereka akan *stay* untuk menonton jika materi berita berisi kekerasan seperti pemerkosaan, pembunuhan, atau berita kriminal. Sejauh ini *Indonesia Update* jarang memainkan materi-materi politik. Kami lebih sering menayangkan *daily news criminal* dan *features* sehingga mengikuti minat penonton yang menyukai berita peristiwa, (Wawancara Djohan, 18/10/2017).

Beberapa contoh informasi yang ditayangkan oleh program *Indonesia Update* yaitu mengenai perampokan berujung dengan pembunuhan yang terjadi di perumahan Pulomas Jakarta Timur, ledakan bom di terminal Kampung Melayu Jakarta Timur pada tanggal 24 Mei 2017, atau sidang dakwaan Basuki Tjahaja Purnama terkait dugaan penodaan agama pada tanggal 13 Desember 2016 yang diwarnai aksi demo, serta berita lainnya mengenai bencana alam dan sebagainya.

Pengemasan informasi yang dilakukan pada program *Indonesia Update* yaitu mengemas beritanya dengan menggunakan gambar terbaru, gambar yang dramatis serta menggunakan narasi yang santun dan mengikuti kaidah jurnalistik (Wawancara Djohan, 18/10/2017). Hal ini dimaksudkan agar berita yang disampaikan kepada khalayak tidak semakin memberi pengaruh yang buruk bagi masyarakat dengan, lebih-lebihkan sebuah nilai berita.

Kompas TV tentunya memiliki fokus serta prioritas bahwa sajian utama yang diberikan kepada audiensi adalah informasi (berita), tetapi sebagai stasiun televisi berita konten yang dibawakan tidak harus selalu berita secara terus-menerus. Tetapi stasiun penyiaran berita juga dapat membuat bauran-bauran program yang lainnya sebagai sebuah strategi. Menurut Donny Nurpatricia strategi program dengan cara membuat bauran program harus tetap memperhatikan konten yang dibawakan, yaitu program yang ditayangkan harus mengandung konten informasi ataupun sajian program hiburan yang bersifat *smart entertainment*. *Smart entertainment* dapat diartikan sebagai program hiburan yang bermanfaat sebagai media pengetahuan (Wawancara Nurpatricia, 30/12/2016).

### **BAB III**

#### **STRATEGI PROGRAM BERITA *HARD NEWS* KOMPAS TV**

Sejak tahun 2016 Kompas TV mendeklarasikan diri bahwa memantapkan dirinya melalui acara *Suara Indonesia* sebagai salah satu stasiun televisi dengan siaran utamanya adalah program informasi (berita). Pada bagian ini, dipaparkan strategi program *hard news* yang digunakan oleh Kompas TV. Pembahasan dalam bab ini merujuk pada kerangka pikir pada bab sebelumnya. Adapun strategi program tersebut ialah 1) perencanaan program, 2) produksi dan pembelian program, 3) eksekusi program, 4) pengawasan dan evaluasi program. Dari hasil penelitian, diperoleh bahwa strategi program meliputi keempat pokok bahasan di atas yang merupakan hal terpenting dalam mencapai tujuan program yang disiarkan Kompas TV.

Penyusunan program acara yang dilakukan tidak menggunakan penyusunan acara secara asal-asalan, tetapi Kompas TV memiliki strategi khusus untuk menyusun programnya dengan cara melihat televisi kompetitor (televisi lawan) seperti Metro TV, TV One dan Inews TV. Dengan cara melihat televisi kompetitor, seorang produser dan *programmer* Kompas TV dapat menentukan susunan program yang sedemikian rupa untuk menyusun program siarannya sesuai kebutuhan khalayak.

##### **A. Perencanaan Program**

Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita memiliki sebuah perencanaan dalam penyusunan program siaran yang mencakup pemilihan

format program serta isi program, yang dapat menarik dan memenuhi kebutuhan audiensi. Seorang *programmer* dapat mengarahkan programnya untuk mendapatkan jumlah audiensi yang lebih besar dalam setiap program yang ditayangkan. Mayoritas program acara Kompas TV adalah program informasi, tentunya dalam proses perencanaan dan penyusunan program ini memiliki strategi khusus untuk dapat menarik jumlah penonton serta para pemasang iklan. Pada tahap perencanaan *programmer* dan produser program berusaha untuk menyajikan program informasi yang diminati oleh khalayak berdasarkan fakta dan data dari hasil riset yang dilakukan oleh pihak Kompas TV. Perencanaan program menjadi bagian strategi program Kompas TV karena setiap program berita *hard news* yang ditayangkan memiliki target yang dapat menghasilkan sebanyak mungkin penonton.

Adapun strategi yang dilakukan oleh Kompas TV dalam proses perencanaan dan penyusunan pada program *hard news* sebagai berikut:

### **1. Produk Program Informasi**

Identitas Kompas TV sebagai salah satu stasiun penyiaran berita memiliki program informasi (berita) yang lebih banyak dari pada program hiburannya. Pada satu program acara berita Kompas TV memiliki perpaduan program yang mencakup berita *hard news* yang dikemas secara berbeda-beda pada setiap programnya. Berbeda dalam artian cara pengemasan program informasi yang dilakukan dibuat semenarik mungkin, dengan tujuan agar pemirsa Kompas TV tertarik untuk menikmati paket informasi yang beragam.



Upaya ini diwujudkan pada strategi yang dilakukan pada tahapan perencanaan sebagai berikut:

**a. Penyusunan Konten Program Berita**

**1) Menentukan Agenda Pemberitaan dalam Rapat Proyeksi**

Sebelum melakukan proses pemberitaan pada setiap program *hard news* di setiap harinya, para produser program berita *hard news* dan penanggung jawab program berkumpul terlebih dahulu untuk melakukan rapat proyeksi. Rapat dilakukan setiap pukul 19.00 WIB di *news room* lantai lima gedung *green* Kompas TV. Pada rapat ini dilakukan koordinasi untuk melakukan agenda pemberitaan keesokan harinya. Pada rapat proyeksi ini juga ditentukan berita apa saja yang akan diliput, serta dalam rapat ini dilakukan penguatan isu berita yang tengah berkembang di masyarakat (Wawancara Tawantoro, 20/12/2016). Berita yang berkembang dikuatkan dan ditajamkan melalui riset dan data-data yang diarsip oleh tim riset Litbang. Dari hasil penajaman isu yang dibuat kemudian dikemas menjadi informasi yang hangat untuk mendapatkan target penonton yang banyak.

Pada saat rapat proyeksi biasanya para produser dan penanggung jawab program melakukan pertukaran informasi yang dapat membantu dalam proses pemberitaan. Informasi

dalam bentuk video atau presentasi hasil pengamatan setiap produser program setiap harinya dapat disajikan dalam rapat proyeksi. Hal ini dapat membantu para produser program untuk menyusun sudut pandang pengambilan informasi yang akan disajikan kepada masyarakat. Pengamatan yang dilakukan oleh masing-masing produser dan penanggung jawab program tersebut mengacu pada tayangan informasi yang ditayangkan oleh televisi kompetitor. Dari melihat stasiun televisi kompetitor menayangkan informasi yang seperti apa, para produser dapat mencari sebuah peluang serta potensi persaingan yang akan dilakukan. Hal ini termasuk dalam strategi dalam menyusun dan merencanakan konten program melalui rapat proyeksi.

## 2) Menentukan Agenda Penayangan Berita Agar Berdaya Saing Terhadap Kompetitor

Persaingan antar stasiun televisi merupakan hal yang wajar. Tidak ada larangan untuk saling mengungguli program acara, karena tetap yang beruntung adalah penonton. Penonton dapat menikmati acara-acara yang berkualitas dari stasiun siaran yang berbeda-beda. Maka tanpa khawatir diprotes, stasiun televisi melakukan berbagai cara untuk menyuguhkan program acaranya untuk dapat menjadi program yang paling disukai oleh para penonton. Dalam hal ini, stasiun televisi satu

dengan yang lainnya saling mencoba untuk mengungguli dengan stasiun televisi lainnya, maka hal yang terjadi adalah stasiun televisi ini dapat menjadi lebih bagus atau malah sebaliknya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi stasiun televisi tersebut dapat lebih unggul dengan stasiun televisi lainnya, seperti diungkapkan oleh Donny Nurpatria sebagai berikut.

Untuk bersaing dengan stasiun televisi lain itu juga faktor yang pertama tentunya kita sendiri lihat kita TV apa, kita TV berita. Yang kedua, faktor kompetisi atau faktor eksternal. Eksternalnya pemain tetangga kiri kanan lagi main apa nih? Sehingga kita mau *head to head* atau istilahnya kita mau *flyingking* atau istilahnya main menyayap gitu lo atau nggak mau langsung *head to head* berhadapan sama TV kompetisi, (Wawancara Nurpatria, 30/12/2016).

Kompas TV hadir untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat melalui program siaran yang dimiliki. Dari program yang disajikan produser dan tim *programming* Kompas TV untuk bersaing dengan stasiun penyiran berita sejenis atau penyedia informasi yang lainnya, membuat program sejenis dengan mempertimbangkan konten, pengemasan program atau penempatan waktu tayang setiap programnya. Kompas TV memiliki strategi waktu penayangan setiap program diantaranya dibuat secara *head to head* (berhadapan) atau *flying* (menyayap).

Pengemasan program, penyusunan konten program informasi, penempatan waktu tayang secara *Head to head* dan *flyking* tersebut merupakan bagian strategi program Kompas TV untuk dapat bersaing serta mengungguli stasiun televisi penyiaran berita sejenis. Salah satu contoh persaingan antara stasiun televisi berita tersebut adalah persaingan penayangan program berita di jam *prime time*. Salah satunya pada jam 16.30 WIB Kompas TV menayangkan program *Kompas Petang* dan pada jam yang sama Metro TV menayangkan program *Metro Hari Ini*, hal ini terlihat bahwa kedua stasiun televisi secara bersama-sama menayangkan program berita terkini. Penayangan program seperti ini dinamakan penempatan waktu secara *head to head*. Sedangkan contoh penempatan waktu tayang dengan menggunakan cara *flyking* yaitu menempatkan berita ekonomi *Kompas Bisnis* (Kompas TV) pada jam 09.00 WIB, sedangkan *Kabar Pasar* (TVOne) tayang pada jam 13.00 WIB. Waktu penayangan tersebut menunjukkan bahwa program ekonomi pada kedua stasiun televisi tersebut secara bergantian menayangkan program ekonomi bisnisnya, inilah yang dimaksud dengan *flyking*. Hal ini dibuat berdasarkan melihat stasiun televisi kompetitor.

Selain itu, gaya penyampaian penyaji berita yang terkesan lebih santai, ramah dan tidak terlalu formal



menunjukkan strategi untuk dapat bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Paduan sajian *live report*, program *breaking news*, serta dialog narasumber yang dilakukan pada setiap program juga dapat menunjukkan bahwa hal tersebut juga termasuk dalam strategi yang digunakan Kompas TV. Untuk mendukung cara bersaing dengan stasiun televisi lain, Kompas TV juga secara gencar-gencarnya melakukan promo program melalui media sosial.

### 3) Pembagian Tugas Peliputan

Setelah melakukan rapat proyeksi, koordinator liputan membagi tugas peliputan kepada reporter pusat dan reporter di daerah. Biasanya korlip akan menugaskan reporter pusat melakukan peliputan di daerah Jakarta dan sekitarnya. Pembagian peliputan ini dibagi berdasarkan informasi yang didapatkan oleh korlip melalui pihak-pihak terkait. Seperti contoh akan diadakan rapat oleh DPRD terkait penggantian Setia Novanto di gedung DPR Jakarta, kemudian di hari itu juga akan di adakan sidang dakwaan terhadap Setia Novanto di pengadilan negeri Tipikor Jakarta. Maka korlip akan membagi reporter untuk melakukan liputan di gedung DPRD dan Pengadilan Negeri Tipikor Jakarta. Selain itu peliputan juga dilakukan lebih lanjut untuk memperkuat isu yang tengah terjadi di tengah masyarakat, agar informasi yang disampaikan

lebih lengkap. Sedangkan korlip pusat juga akan membagi tugas peliputan kepada tim peliputan daerah mengenai berita apa saja yang terjadi di daerah masing-masing.

Dalam pembagian ini koordinator liputan pusat dan reporter daerah akan terus berkoordinasi untuk mengetahui berita-berita apa saja yang telah didapatkan dilapangan. Berita yang diperoleh reporter akan dikirim langsung ke pusat setiap harinya secepat mungkin untuk segera diterima oleh masing-masing produser. Materi pemberitaan berupa gambar dan suara akan dikirim melalui aplikasi *FTP*, sedangkan naskah akan di kirim melalui e-mail (Wawancara Hartini, 05/12/2017).

Pembagian tugas dalam peliputan tersebut menjadi strategi agar materi pemberitaan lebih banyak dan bervariasi. Sehingga berita yang disampaikan kepada masyarakat lebih beragam, serta penonton bisa mendapatkan berita yang terus *ter-update* atau terbaru.

#### 4) Pemilihan Konten Berdasarkan Nilai Berita

Materi berita yang telah masuk di *server FTP*, terlebih dahulu masing-masing produser akan memilih dan memilah berita apa saja yang akan ditayangkan hari itu. Berita-berita yang dipilih oleh Produser yaitu berita yang telah terdaftar pada rapat proyeksi dan disusun berdasarkan nilai berita yang ingin ditonjolkan pada program *hard news* yang bersangkutan. Dari

berita-berita yang telah terpilih kemudian dimasukkan pada *rundown* tayangan. Pemilihan berita dilakukan agar penonton mendapatkan berita yang berkualitas. Pemilihan materi berita berdasarkan nilai berita merupakan strategi agar program berita *hard news* Kompas TV mendapatkan informasi yang memuaskan, sehingga Kompas TV bisa meraup banyak penonton.

#### 5) Penentuan Durasi Tayang dan Format Siaran

Pemilihan format berita didasarkan pada durasi materi berita yang didapatkan. Apabila perolehan gambar dan informasi cukup untuk dijadikan berita panjang, maka berita akan dikemas dalam format paket (*Pakage/PKG*). Bila stok gambar tidak cukup untuk dijadikan berita panjang maka akan dikemas dalam format *Voice Over* (VO) (Wawancara Setiawan, 27/10/2017).

#### 6) Penyusunan Berita Pada *Rundown*

Salam penyusunan *rundown* produser menyesuaikan pembagian segmen berita berdasarkan aktualitas. Berita yang memiliki nilai aktualitas tinggi diposisikan pada segmen awal, secara berurutan hingga segmen akhir berita disusun berdasarkan tingkat aktualitasnya. Berdasarkan berita yang

disusun demikian penonton akan lebih mudah memahami aktualitas berita yang disampaikan.

#### 7) *Quality Control* Konten Program Sebelum Penayangan

Materi berita terpilih yang siap disiarkan, sebelumnya melalui proses *quality control* yang dilakukan oleh produser dan tim *programming*. Produser dan tim *programming* dalam proses *quality control* bertugas mengecek kembali konten siaran sebelum di lakukan proses siaran program secara *live* (Wawancara Ridho, 29/12/2017). Hal tersebut dilakukan agar tetap memenuhi standar Kompas TV dengan perencanaan program yang dibuat oleh *programming*. Disamping itu agar sesuai dengan peraturan P3SPS dan undang-undang penyiaran yang berlaku.

#### 8) Sasaran Penonton Yang Dituju

Produk program informasi yang telah disusun oleh Kompas TV memiliki sasaran penonton yang dituju. Pada dasarnya target sasaran penonton Kompas TV lebih memiliki sasaran pada kalangan laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 15 tahun ke atas, dengan segmentasi Strata Ekonomi Sosial (SES) pada kalangan ekonomi menengah ke atas. Sasaran penonton program Kompas TV secara keseluruhan



sama, namun dalam perolehan penonton dalam setiap program berbeda-beda.

Untuk itu penempatan program *hard news* Kompas TV telah melalui perhitungan berdasarkan perolehan penonton. Dari masing-masing ke tujuh program tersebut memiliki alasan hadir pada jam yang telah disesuaikan dengan pola siar. Sasaran penonton penayangan program *hard news* Kompas TV dinilai menggunakan strategi dalam merancang program yaitu *dayparting*, *theming*, dan *hotswitching*. Penayangan program *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Indonesia Update*, *Kompas Malam*, *Kompas Dunia*, *Indonesia Update*, dan *Berita Utama* menggunakan strategi penayangan *dayparting*, yaitu membagi setiap hari dalam beberapa *slot* yang cocok program tersebut diudarkan.

Pagi hari terdapat program *Kompas Pagi* yang pada umumnya di pagi hari penonton program berita adalah para kaum bapak yang akan berangkat bekerja, sambil bersiap diri kaum bapak bisa menyaksikan atau mendengarkan sajian informasi *Kompas Pagi*. Pada siang hari hingga sore hari terdapat *Kompas Siang* dan *Indonesia Update* pada umumnya di siang hingga sore hari penonton adalah para kaum ibu-ibu rumah tangga atau para pekerja mendengarkan atau melihat program berita siang. Waktu petang hingga malam hari ada

program *Kompas Petang*, *Kompas Malam*, *Berita Utama* dan *Kompas Dunia* dimana pada jam ini penonton program berita adalah para kaum bapak atau para pekerja telah sampai di rumah dari bekerja. Bahkan pada jam ini anggota keluarga berkumpul, sehingga program berita tersebut pantas diudarakan.

*Theming* juga digunakan Kompas TV sebagai strategi untuk mendapatkan penonton yang dituju dengan meletakkan tema tertentu untuk diudarakan, seperti tema kemerdekaan, natal, hari besar islam, imlek, dan lain-lain. Selain itu *hostwicking* juga digunakan untuk memperoleh penonton sesuai target dengan meletakkan jeda iklan yang tepat, sehingga tidak menyebabkan audiensi berpindah kanal ke televisi lain untuk menghindari jeda iklan tersebut. Cara meletakkanya yaitu dengan memberikan cuplikan berita berupa gambar dan narasi singkat agar penonton penasaran untuk menyaksikan berita selanjutnya.

## **b. Penyajian Berita**

### **1) Gaya Penyampaian Penyaji Berita**

Cara penyaji berita (*anchor*) pada program *hard news* Kompas TV menyampaikan berita yang ditayangkan, cenderung lebih santai dan tidak terlalu formal. Hal tersebut dapat dilihat dari gaya penyampaian saat membacakan

informasi pada setiap program berita, yang menunjukkan kesan lebih santai, *rileks* dan terlihat lebih ramah saat membacakan berita. Bahasa yang digunakan juga mudah dipahami, sehingga dengan gaya seperti ini berita atau informasi akan mudah diterima penonton (Wawancara Djohan, 18/10/2017). Penyampaian *anchor* yang santai, ramah, bersahabat dan komunikatif dirasa mampu mengajak penonton untuk lebih antusias mengikuti tayangan berita. Sebaliknya, jika penyampaian terlalu kaku, atau terlihat formal sekali serta tidak menunjukkan integritasnya maka bisa jadi penonton langsung memindahkan *channel* televisinya.



Gambar 16. Gaya penyampaian Frisca Clarissa menyampaikan berita (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ZshI8kOIUIE>, 2017)

Wajah dari *anchor* di atas menunjukkan bahwa dalam membacakan berita tidak harus dengan ekspresi yang selalu menegangkan, tetapi dapat pula penyaji berita menggunakan gaya dan bahasa yang lebih santai dan *rileks*. Dengan pembawaan *anchor* tersebut, dirasa berita yang disampaikan

akan mudah diterima oleh masyarakat. *Anchor* Kompas TV yang terlihat lebih muda dibandingkan dengan *anchor* pada stasiun televisi lainnya, hal ini menunjukkan suatu ciri khas dari program berita yang ada di Kompas TV.

Ciri khas penyaji berita yang ada di Kompas TV terlihat bahwa pada program *Kompas Pagi*, *Kompas Siang*, *Indonesia Update*, *Kompas Dunia*, *Kompas Malam*, dan *Berita Utama* mendapatkan pembagian pembaca berita yang memiliki wajah lebih muda. Hal ini menunjukkan sasaran penonton pada program tersebut banyak adalah kaum perempuan atau para pekerja, sedangkan program *Kompas Petang* mendapatkan pembagian pembaca berita yang lebih senior seperti Aiman Wicaksono sehingga dapat menunjukkan bahwa sasaran penonton di jam tayang *Kompas Petang* adalah waktu di mana keluarga berkumpul untuk menyaksikan sajian program televisi.



Gambar 17. Raut wajah Frisca Clarissa saat menyampaikan berita  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ZshI8kOIUIE>, 2017)



Raut wajah Frisca Clarissa saat membawakan berita diatas menunjukkan, bahwa salah satu diantara sekian banyak pembaca berita di Kompas TV memiliki wajah yang terlihat muda, ramah, dan terlihat lebih tenang dalam membacakan berita. Ekspresi wajah juga dapat berubah mengikuti berita yang disampaikan. Jika terdapat berita menegangkan ekspresi wajah akan cenderung mengerutkan dahi, berita mengharukan akan cenderung memunculkan ekspresi bersimpati, sedangkan berita yang mengandung kabar baik ekspresi wajah akan cenderung tersenyum.



Gambar 18. *Handy Talky* yang digunakan pembaca berita  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ZshI8kOIUIE>, 2017)

Selain itu gaya penyampaian yang khas dalam menyampaikan juga terletak pada pembawa berita, yaitu selalu menggenggam *handy talky* (HT). HT tersebut dimungkinkan berfungsi sebagai alat komunikasi antara pengarah acara dengan

*anchor*, atau sebagai alat komunikasi dari kru yang ada di dalam *control room*.

## 2) Dialog Narasumber

Strategi untuk menarik penonton selain dengan gaya *anchor* juga dengan cara menghadirkan narasumber. Narasumber yang dihadirkan biasanya dari pihak yang bersangkutan, dari pengamat, dan juga dari para ahli yang berkaitan dengan berita yang disampaikan. Letak dialog program dilakukan di tengah berita yang menjadi bahasan pada program berita yang tayang. Dengan menghadirkan narasumber tersebut penonton, akan mendapatkan kepuasan sendiri dalam menerima informasi secara langsung pernyataan dari sumber yang berkaitan. Dialog yang dilakukan Kompas TV menggunakan 2 cara yaitu:

### a) Dialog di Studio

Dialog di studio dilakukan di dalam ruang produksi saat proses *on air*. Pada dialog *in studio* pembaca berita memberikan beberapa pertanyaan agar narasumber yang bersangkutan memberikan jawaban atau pernyataan atas berita yang bersangkutan. Biasanya narasumber yang dihadirkan berjumlah 1 hingga 3 orang, tergantung pokok bahasannya.



Gambar 19. Dialog Aiman dengan kriminolog  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ZshI8kOIUIE>, 2017)

Gambar diatas adalah salah satu contoh dialog yang dilakukan di dalam studio. Pada gambar tersebut Aiman sebagai pembaca berita melakukan tanya jawab dengan kriminolog, atas kejadian penembakan petugas parkir RSPAD Gatot Subroto Jakarta oleh mantan anggota TNI yang terjadi pada 06 Desember 2017. Dialog tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui informasi mengenai fungsi dan kegunaan senjata api oleh TNI. Selain itu dari dialog yang disampaikan menunjukkan bahwa produser program acara *Kompas Petang* melalui dialog ini ingin mengingatkan bahwa, anggota TNI seharusnya menggunakan senjata tersebut dengan bijak sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

#### b) Telepon Bicara (Telewicara)

Dialog dengan narasumber juga dapat melalui sambungan telepon. Hal ini dirasa memudahkan untuk

narasumber yang tidak dapat hadir di studio, serta produser program berita pada program yang bersangkutan untuk tetap mendapatkan informasi dari pihak yang berkaitan.



Gambar 20. Dialog Fristian Griec bersama Akbar Tanjung  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=u\\_tZeOfAsOE](https://www.youtube.com/watch?v=u_tZeOfAsOE), 2017)

Pada gambar diatas merupakan salah satu dialog yang dilakukan melalui telepon. Fristian Griec sebagai pembaca berita melakukan dialog dengan Akbar Tanjung sebagai narasumber melalui sambungan telepon. Pada dasarnya telewicara yang dilakukan tersebut agar informasi dapat tersampaikan secara langsung kepada penonton.

### 3) *Live Report*

*Live report* atau biasa dikatakan sebagai laporan langsung dari lokasi pemberitaan. *Live Report* digunakan oleh setiap program berita di Kompas TV untuk memperbarui informasi yang sedang terjadi di lapangan (Wawancara Tawantoro, 18/10/2017). Pada setiap program *hard news* di Kompas TV rata-rata menggunakan laporan langsung dari



lapangan, hal tersebut menunjukkan suatu upaya agar penonton mengetahui kejadian yang sedang berlangsung.



Gambar 21. *Live Report* oleh Fristian Griec di Gedung DPR  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=u\\_tZeOfAsOE](https://www.youtube.com/watch?v=u_tZeOfAsOE), 2017)

Penayangan *Live report* tidak pada setiap semua bagian di dalam penyampaian berita, tetapi *live report* hanya dilakukan pada bagian berita-berita tertentu yang memang masih berlangsung di tempat kejadian. *Live report* dilakukan oleh reporter di lapangan yang di komando dari produser sebelumnya untuk selanjutnya di teruskan oleh *anchor* di studio. Reporter yang bertugas saat melakukan *live report* memiliki tugas membawakan berita dengan baik, karena *live report* disajikan tanpa adanya proses *editing*. Jika terjadi kesalahan pada pengucapan maka tidak dapat dibenahi.

Dari *live report* yang dilakukan, penonton dapat lebih merasa mendapatkan informasi terbaru dari suatu pemberitaan. Informasi yang disampaikan menjadi lebih aktual karena disajikan langsung dari lokasi dan tanpa adanya proses editing.

Meskipun, tanpa adanya *live report* berita juga masih dapat dikatakan aktual selama masih belum basi.

#### 4) *Breaking News*

*Breaking News* Kompas TV merupakan program berita yang bersifat harus segera disiarkan untuk penonton dengan memperhatikan kecepatan dan ketepatan dalam pemberitaannya. *Breaking News* hadir pada saat terjadi berita mengenai fenomena ataupun peristiwa terkini yang bersifat penting untuk segera disebarluaskan informasinya.

Penayangan *Breaking News* secara tiba-tiba tanpa adanya penjadwalan sebelumnya, merupakan bentuk kecepatan Kompas TV dalam memperoleh berita terkini. *Breaking News* akan secara tiba-tiba menggeser program *live* yang tayang. Seperti peristiwa yang terjadi pada hari Rabu, 24 Mei 2017. Terjadi ledakan bom bunuh diri di terminal Kampung Melayu, Jakarta Timur pada pukul 21.00 WIB. Pada *Breaking News* ledakan bom di kampung melayu ini secara otomatis menggeser program *Kompas Malam* yang sedang *live* saat.



Gambar 22. Situasi pasca ledakan bom di Kampung Melayu  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6ScPc31Tp3s>, 2017)

Alasan untuk dapat menggeser program lain dimungkinkan karena informasi tersebut menyangkut nyawa seseorang, sehingga *Breaking News* wajib dapat segera menyebar luaskan informasinya kepada masyarakat. Bahkan dengan adanya *Breaking News* dapat membantu pihak terkait untuk menemukan pelaku kejadian.

Pada program *Breaking News* Kompas TV biasanya juga dilakukan proses penjadwalan terlebih dahulu. Salah satu contoh yaitu pada sidang kasus dugaan penistaan agama yang dilakukan oleh Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) yang dilakukan setiap hari Selasa pagi, maka pada hari Selasa inilah diadakan *Breaking News* oleh Kompas TV untuk mengikuti proses persidangan kasus Ahok.



Gambar 23. Sidang kedua Ahok pada tanggal 20 Desember 2016  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=IYiMlgFsvZQ>, 2017)

*Breaking News* yang melalui proses penjadwalan ini menunjukkan bahwa Kompas TV ingin memberikan informasi lengkap terkait berita yang sedang menjadi *tranding topic* saat ini. *Breaking News* ditayangkan apabila peristiwa atau kejadian tersebut sangat perlu untuk disampaikan kepada khalayak secara terus menerus, sebagai bentuk laporan perkembangan informasi dari fenomena (kejadian) viral yang menjadi *tranding topic* kepada masyarakat. Salah satunya berita mengenai Ahok ini, karena Ahok merupakan bagian dari *public figure*.

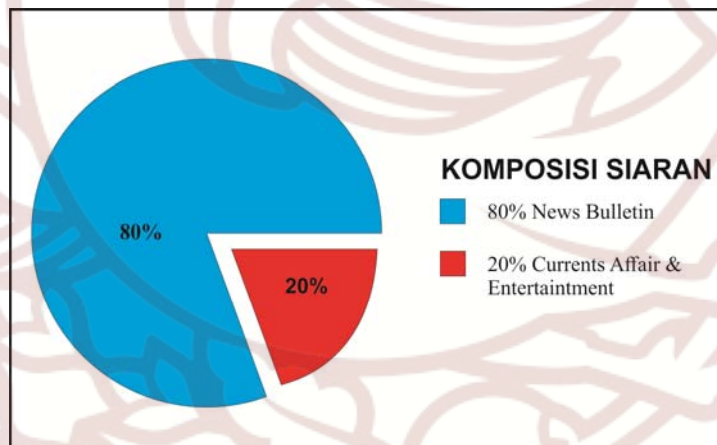
### c. Komposisi Siaran Kompas TV

Kompas TV sebagai stasiun televisi berita memiliki prioritas utama untuk menyampaikan program informasi (berita) kepada penonton, melihat dari jumlah program acara yang dimiliki oleh Kompas TV mencapai hingga 60-an program (Kompas TV, 2016). Dari jumlah program yang ditayangkan ini masing-masing memiliki nilai informasi untuk disajikan kepada penonton oleh



Kompas TV, baik informasi (berita) bersifat *hard news* ataupun *soft news* berbau menjadi sebuah komposisi yang baik, dengan tujuan agar program lebih bervariasi dan tidak membosankan untuk disajikan kepada penonton.

Komposisi siaran Kompas TV sebanyak 80 persen didominasi oleh tayangan *news bulletin*. Tayangan informasi yang bersifat *current affair* mendapatkan komposisi yang lebih sedikit dari program keseluruhan Kompas TV. Komposisi ini menunjukkan bahwa Kompas TV ingin menonjolkan identitasnya sebagai stasiun televisi dengan sajian utamanya adalah program berita.



Gambar 24. Komposisi Siaran Kompas TV  
(Sumber: Sri Rahayu, diolah berdasar wawancara  
Eko Wahyu Tawantoro, 2016)

Komposisi siaran Kompas TV di atas terlihat banyaknya persentase menunjukkan 80% pada program berita bersifat *bulletin* dan sebanyak 20% program informasinya bersifat *current affair* dan *intertainment* (Wawancara Tawantoro, 20/12/2016). Hal ini

dapat dilihat dengan komposisi penyusunan jadwal siaran yang tayang setiap harinya. Sebagai contoh penyusunan pola penyiaran program yang dilakukan pada tanggal 22-29 Nopember dan penyusunan pada tanggal 07-09 Desember 2016 (terlampir). Komposisi siaran informasi bersifat *hard news* lebih banyak tersebut, merujuk pada latar belakang Kompas TV yang terlahir dari sejarah tradisi jurnalistiknya yang kuat yaitu *Harian Kompas*. Kompas TV sebagai salah satu stasiun penyiaran berita tentunya telah memiliki kepercayaan masyarakat dalam bidang pemberitaan, sehingga harapan untuk mendapatkan penonton lebih banyak dengan komposisi berita *hard news* yang lebih mendominasi.

Meskipun Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita, tidak menutup kemungkinan untuk Kompas TV memberikan inovasi baru dengan program-program lain yang bersifat *current affair* dan juga *entertainment* (hiburan). Hiburan yang dimaksudkan adalah program Kompas TV yang bersifat (*smart entertainment*) atau program hiburan yang memberikan informasi dan juga dapat menginspirasi bagi penontonnya. Program *entertainment* ini dibuat bertujuan untuk memberikan pilihan program informasi yang lebih beragam pada penonton. Seperti yang diungkapkan oleh *general manager programming* Kompas TV Donny Nurpatia bahwa:

Kita sebagai TV berita tentunya harus punya fokus, punya *priority* atau prioritas bahwa sajian utama kita adalah berita. ...Jadi kita punya bauran-bauran yang sebenarnya gak melulu tentang berita. Tapi misalnya ada olahraga dan bahkan ada hiburannya juga nah itulah yang disajikan sama Kompas TV hari ini. Kita utamanya adalah berita itu 85% berita dan selebihnya ada *sport* dan juga ada hiburan. Tapi juga hiburan yang kita pilih tentunya hiburan yang juga nggak *slide stage* tapi hiburan yang lebih dalam tanda kutip *smart entertainment*, misalnya kita ada *talk show* – *talk show* sama mas Tukul misalnya kita kemarin *menginisiet* (menginisiatif) program baru yang namanya *The Interview With Tukul Arwana* yang menghadirkan tokoh-tokoh yang punya cerita – cerita yang *inspiring* (menginspirasi) (Wawancara Nurpatricia, 30/12/2016).

Kemasan program dibuat dengan cara berbeda agar penonton tidak bosan dengan program informasi yang terkesan monoton dan bersifat formal. Namun dengan adanya program *intertainment* (hiburan) yang bersifat *smart entertainment* ini merupakan sebuah bentuk strategi program guna mempertahankan dan meningkatkan minat penonton Kompas TV untuk menonton sajian informasi Kompas TV.

## **2. Promosi Program**

Promosi sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya bagaimana memperkenalkan program dan kemudian menjual program tersebut, sehingga dapat mendatangkan iklan serta keuntungan untuk menarik perhatian penonton. Promosi program acara juga dapat menjadi media menyampaikan kabar mengenai program acara baru, topik bahasan baru, atau cuplikan episode terbaru mengenai program terkait. Hal ini dapat dilakukan jauh-jauh hari

melalui tayangan promo program. Promosi yang dimaksudkan adalah cara atau upaya yang dilakukan untuk mempublikasikan, mengumumkan, menyiarkan, atau menyebarluaskan mengenai program apa saja yang dimiliki oleh Kompas TV melalui berbagai media yang digunakan oleh Kompas TV. Promosi ini menggunakan beberapa cara diantaranya adalah promo program melalui tayangan yang ditampilkan pada pergantian iklan, dan promo melalui berbagai media sosial yang dimiliki Kompas TV seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*.

#### **a. Promosi melalui Media Sosial**

Promosi program melalui media sosial adalah salah satu strategi yang digunakan guna menarik perhatian penonton untuk dapat menyaksikan program acara Kompas TV. Pada posisi ini media sosial dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, semakin gencar melakukan promosi program dengan harapan mendapatkan penonton yang lebih banyak lagi sehingga dapat menggugah ketertarikan bagi pemasang iklan. Promosi yang dilakukan melalui media sosial ini tidak memiliki batasan waktu tertentu, atau dapat diartikan promo iklan program acara dilakukan secara bebas kapanpun dan dimanapun. Maka dari itu promosi program melalui media sosial yang dilakukan dapat lebih leluasa.





Gambar 25. Contoh promosi program yang dilakukan melalui *twitter* (Sumber: *Twitter* Kompas TV, 2016)

Cara melakukan promosi program adalah dengan cara menulis *post in* berisi *headline* berita yang menjadi *trending topic*, yang berisi waktu tayang program acara selanjutnya. Pada *post in* media sosial juga menggunakan bahasa yang mengandung kalimat ajakan dengan penyampaian yang membuat penonton penasaran untuk menyaksikan program yang akan ditayangkan Kompas TV.

Kru yang bertugas untuk membuat promosi program adalah Departemen Digital Kompas TV. Departemen ini bertugas untuk melakukan kegiatan promo program, *streaming*, *embed* video, *editing* video, *upload* video ke media sosial, dan produksi video untuk materi digital. Departemen ini terbagi menjadi beberapa tim untuk melaksanakan tugas promosi. Tim promo media sosial *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube* bertugas dan bertanggung jawab untuk melakukan promo program di setiap harinya.



Gambar 26. Proses promosi program melalui media sosial Twitter  
(Sumber: Twitdeck Kompas TV, 2017)

Selain melakukan promo program melalui media sosial, tim digital Kompas TV juga melakukan proses *streaming* untuk program *breaking news*. *Streaming* juga dilakukan pada program lainnya yang memerlukan proses *streaming* untuk kepentingan pemberitaan melalui media sosial ataupun *Youtube*. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan informasi atau fasilitasi khalayak masyarakat untuk menonton program Kompas TV melalui *gadget* dan *smartphone* lainnya.



Gambar 27. Promosi program *Rosi* melalui *Twitter* dan *Facebook* (Sumber: Tim Digital Kompas TV, 2017)

Di atas adalah salah satu promosi program yang dilakukan oleh Kompas TV melalui *Twitter* dan *Facebook*. Promosi acara juga dilakukan untuk program acara dengan bahasan yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Menurut Desy Hartini promo melalui media sosial dilakukan karena memiliki beberapa kelebihan diantaranya bebas biaya, dapat memfasilitasi masyarakat yang belum sempat meluangkan waktu untuk menonton televisi, sebagai lahan promosi dan publikasi [www.kompas.tv](http://www.kompas.tv), serta dapat diakses dalam tempat dan waktu yang tidak terbatas (Wawancara Hartini, 05/12/2017). Media sosial saat ini sangat digemari oleh masyarakat, sehingga memudahkan Kompas TV untuk melakukan promosi programnya. Hal ini dilakukan agar penonton tidak tertinggal dengan program yang akan ditayangkan melalui televisi, atau memberikan kesempatan pada penonton untuk menyaksikan

informasi yang ditayangkan melalui media sosial secara tidak terbatas.

Penggunaan kalimat ajakan, *post in headline* berita, dan penulisan *post in* menggunakan waktu tayang tersebut menunjukkan strategi program yang dilakukan Kompas TV melalui media sosial. Selain itu, hal ini termasuk cara memanfaatkan media sosial dengan baik dan bijak, melalui promosi program acara.

#### **b. Promosi Tayangan**

Promosi program acara di Kompas TV tidak hanya dilakukan di media sosial saja. Promosi program juga dilakukan seperti penayangan iklan, akan tetapi promosi tayang lebih pada program milik Kompas TV sendiri yang diiklankan. Promosi tayangan ini sangat berguna untuk menarik perhatian penonton, agar penonton program tersebut semakin meningkat.

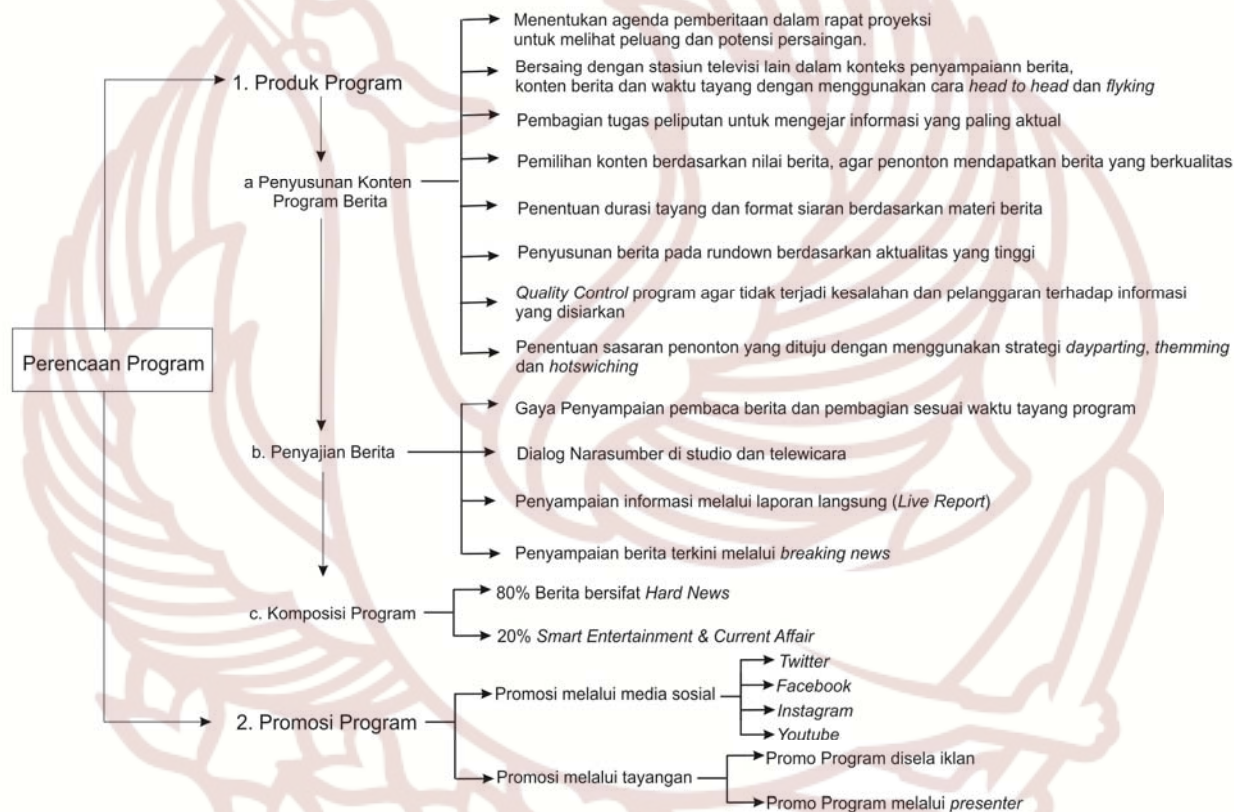


Gambar 28. Promosi tayangan *ID* Program  
(Sumber: Tim Digital Kompas TV, 2017)



Promosi yang dilakukan melalui penayangan cuplikan *bumper ID* dan cuplikan program acara yang dimiliki Kompas TV di sela-sela iklan, hal ini dilakukan untuk mendukung kepentingan promosi lainnya. Promosi penayangan program dilakukan dengan menempatkan cuplikan program di awal dan akhir segmen ataupun di tengah iklan yang sedang berlangsung. Hal ini dilakukan untuk memperoleh perhatian penonton dan merangsang ketertarikan penonton untuk tetap menyaksikan tayangan yang disuguhkan oleh Kompas TV kepada khalayak. Isi dari cuplikan tayangan program acara masing-masing memperlihatkan inti dari program-program dan keunikan serta menonjolkan ciri khas dari program tersebut. Pada setiap tayang, promosi program berdurasi 30 detik yang tayang sebanyak 2-3 kali di waktu jeda iklan. Promosi program melalui tayangan ini merupakan salah satu bagian dari strategi untuk mendapatkan penonton serta pemasang iklan. Hal ini dapat meningkatkan profit perusahaan atas penayangan iklan yang dimasukkan pada daftar iklan di Kompas TV.

## KOMPAS TV - SRATEGI PROGRAM



Gambar 29. Bagan strategi perencanaan program Kompas TV  
(Sumber: Sri Rahayu, diolah dari data wawancara dan observasi. 2017)

## **B. Produksi dan Pembelian Program**

Hadirnya program-program yang dimiliki oleh Kompas TV memberikan kemudahan untuk *programmer* melakukan pembagian materi penayangan program yang siap untuk disajikan bagi khalayak penonton. Salah satu bagian dari strategi program yang dilakukan oleh Kompas TV adalah dengan melakukan produksi dan pembelian program (akuisisi) untuk dapat memilih dan memilah program mana saja yang dapat diproduksi sendiri (*in house production*) atau dengan cara membeli program (akuisisi). Materi program yang disampaikan akan sangat berpengaruh dengan jumlah peminat penonton. Berikut hal-hal yang dilakukan berkaitan dengan produksi dan pembelian program yang dilakukan Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita.

### **1. Program yang dibuat sendiri (*In- House Production*)**

Program yang ditayangkan oleh Kompas TV mayoritas merupakan program informasi (berita) yang diproduksi sendiri (*in house production*) oleh tim produksi Kompas TV, mulai dari proses perencanaan, peliputan, penyuntingan gambar hingga pada tahapan siarannya. Proses produksi (*in house production*) yang dilakukan oleh Kompas TV secara umum menggunakan 2 cara (Wawancara Rifani, 31/05/2017) yaitu:

#### **a. Berdasarkan Kebutuhan *Slot***

Berdasarkan pada penjadwalan yang ada terdapat *slot* tertentu yang dapat menunjukkan satu program tertentu, bahwa produksi atau

episode programnya akan segera berakhir. *Programmer* menginformasikan kepada tim produksi atau kepada tim *content development* untuk mengisi program tersebut dengan program yang baru. Produksi menurut kebutuhan *slot* ini dilakukan berdasar pada data demografi penonton maupun persaingan yang ada di *slot* tersebut.

Berdasarkan atas data riset demografi penonton, *programmer* dan tim produksi membentuk dan menyusun program sesuai dengan memperhatikan aspek kepemirsaan, minat penonton, jumlah persaingan, dan konten apa saja yang patut untuk disajikan pada *slot* waktu tersebut. Tentunya berkaitan dengan hal ini tim produksi menyusun dan membuat program yang berbeda, dengan memberikan inovasi baru agar program lebih bermanfaat dan inspiratif.

#### **b. Berdasarkan Ide dari Tim Produksi**

Proses produksi yang kedua yaitu berdasarkan dari ide atau gagasan dari tim produksi Kompas TV yang diajukan kepada tim *programming*. Ide atau gagasan itu akan dipertimbangkan oleh tim *programming* Kompas TV. Jika tim produksi mendapatkan persetujuan dari ide atau gagasan mereka layak untuk diproduksi, maka tim *programming* akan mencari *slot* tayang untuk program tersebut sebelum dilakukannya proses produksi. Dari ide atau gagasan tersebut disampaikan dan diajukan terlebih dahulu kepada direksi Kompas TV untuk selanjutnya mendapatkan persetujuan. Hasil ide yang telah mendapatkan persetujuan dari direksi, kemudian masuk ke tahap



praproduksi, produksi dan pascaproduksi hingga pada program siap untuk disiarkan kepada penonton.

Setiap tahapan produksi yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan stasiun televisi lainnya, yaitu dengan berdasarkan *Standard Operational Prosedure* (SOP) yang telah ditetapkan oleh Kompas TV. Produksi untuk program acara berita di Kompas TV menggunakan cara pada umumnya, yaitu melewati tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

#### 1) Praproduksi

Proses praproduksi pada program *hard news* Kompas TV diawali dengan rapat proyeksi yang dilakukan setiap hari pada pukul 19.00 WIB. Pada rapat proyeksi tersebut akan dikoordinasikan hal-hal apa saja yang patut menjadi bahan pemberitaan untuk keesokan hari. Setelah selesai rapat proyeksi koordinator liputan (Korlip) membagi dalam setiap *plot* liputan kepada reporter (Wawancara Hartini, 05/12/2017).

Pembagian liputan untuk Kompas TV pusat yang ada di Jakarta, peliputan telah ditentukan oleh masing-masing produser sebelumnya. Setelah melakukan peliputan yang ditugaskan, reporter bisa mencari berita yang lainnya untuk menambah bahan pemberitaan. Reporter yang bertugas biasanya memiliki kelompok gabungan yang terdiri dari berbagai jurnalis stasiun televisi, untuk saling berkoordinasi dan bertukar informasi guna mendapatkan

bahan pemberitaan. Fungsi dari komunikasi yang dijalin para reporter ini adalah untuk memudahkan reporter mendapatkan bahan berita.

Pada proses peliputan berita pada masing-masing stasiun televisi berita tentunya memiliki sudut pandang yang berbeda-beda, dan mendapatkan posisi pengambilan gambar yang berbeda pula. Dengan adanya koordinasi yang dijalin para jurnalis ini, mereka bisa bertukar gambar dan suara atau informasi yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan pemberitaan. Pertukaran informasi dan juga bahan audio visual yang dilakukan menunjukkan kerjasama antara jurnalis untuk mendapatkan bahan pemberitaan tanpa harus takut untuk tersaingi. Hal ini tergantung dengan cara pengemasan pemberitaan pada tahapan penyajian oleh produser di studio.

## 2) Produksi

Setelah itu reporter melakukan peliputan dan kemudian memberikan materi liputan berupa naskah melalui *email* dan materi video hasil liputan melalui *feeding*. Setelah naskah diterima oleh Korlip, kemudian korlip menginformasikan kepada produser untuk selanjutnya naskah liputan akan dibaca dan dikerjakan ulang oleh produser. Hal ini juga berlaku pada reporter di daerah-daerah yang juga mendapatkan *plot* liputan di setiap daerah masing-masing. Bedanya reporter daerah mengirim materi videonya melalui *FTP*.

Dalam pengerjaan naskah yang dilakukan produser juga memerlukan data-data pendukung yang valid, seperti jumlah korban, nama tempat, nama orang, waktu kejadian, biografi, sejarah atau bahkan data-data pendukung lainnya. Untuk memperoleh data-data tersebut produser dapat meminta bagian riset (Litbang) untuk mencari data yang diperlukan oleh produser dalam menyusun naskah. Litbang dapat memperoleh data-data tersebut melalui media sosial, portal berita resmi atau portal berita yang berkaitan dengan Kompas Group, maupun dari data-data yang tersimpan pada arsip bagian riset Litbang. Setelah naskah dibuat, produser harus menyerahkan naskah tersebut kepada eksekutif produser yang bertugas untuk diperiksa kembali serta untuk menyelaraskan bahasa.

### 3) Pascaproduksi

Setelah dilakukan pengecekan dan penyelarasan bahasa oleh eksekutif produser, kemudian produser menyerahkan naskah tersebut kepada tim *news post production* untuk melakukan *editing* gambar atau video yang telah didapatkan. Dalam melakukan *editing* video yang dilakukan oleh editor biasanya terdapat sebuah catatan khusus yang dilakukan oleh produser, isi dari catatan tersebut biasanya berisi permintaan produser untuk di berikan sensor terkait gambar yang memuat konten kekerasan, darah, pornografi dan perlindungan anak. Hal tersebut termasuk pada pengawasan atau

*quality control* yang dilakukan oleh produser sebelum program tersebut disajikan kepada penonton.

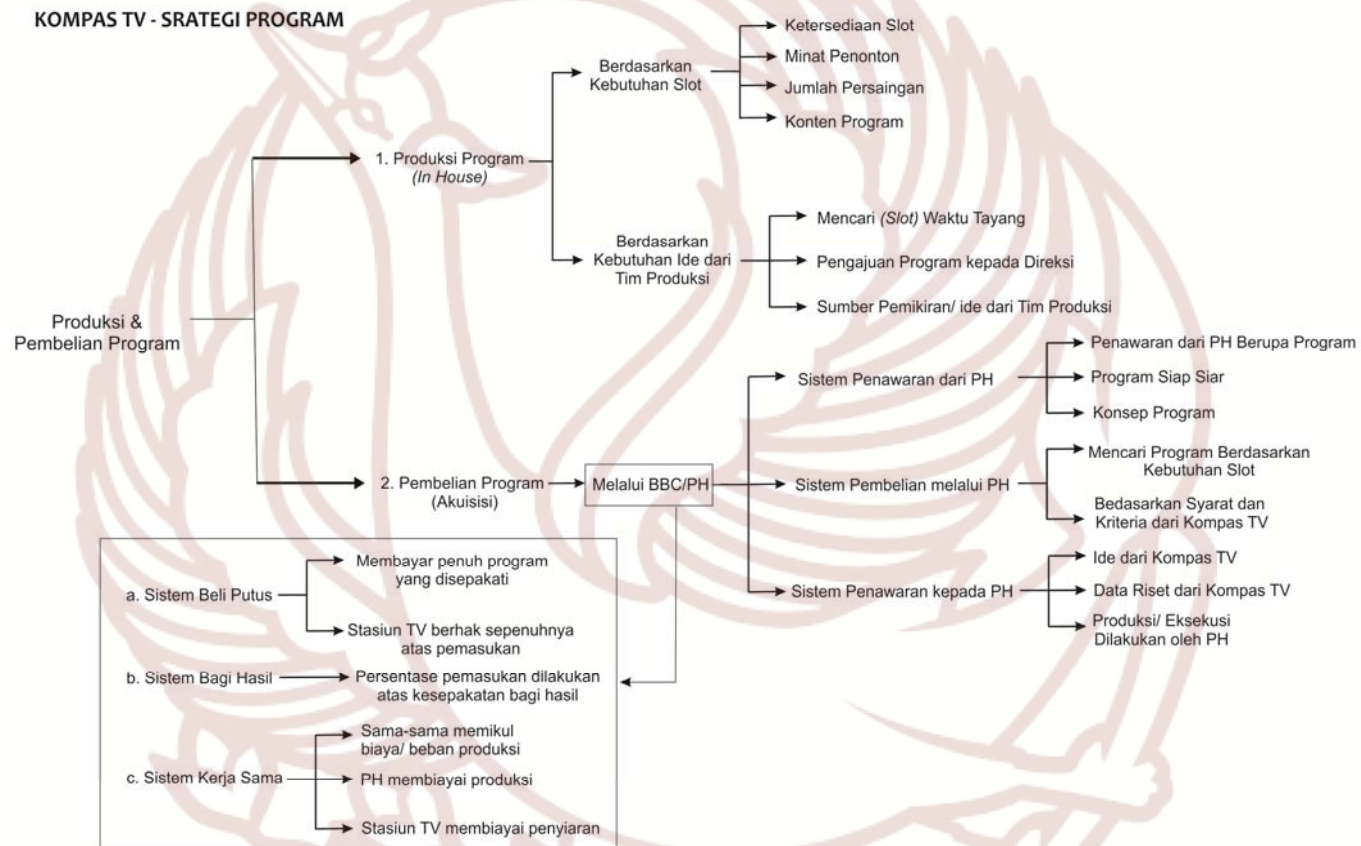
Setelah dilakukan penyuntingan video dan memasukkan hasil *dubbing* narasi berita selesai, produser dapat melakukan pengecekan ulang sebelum dilakukan proses penyiaran (*on air*). Dari hasil video yang telah selesai melalui proses *post production*, selanjutnya dapat dilakukan proses penyiaran (*on air*) pada setiap program berita yang bersifat *hard news*. Sebelum melakukan *on air* tim *programming* melakukan *quality control* pada konten berita dan juga tampilan berita yang akan disiarkan. Selanjutnya penanggung jawab program *news bulletin* atau setiap produser program juga berkoordinasi dengan tim digital Kompas TV untuk melakukan proses *streaming* atau tidak. Proses *streaming* yang dilakukan menggunakan media sosial *youtube* dan *facebook* resmi milik Kompas TV. Selain *streaming* biasanya tim digital Kompas TV juga melakukan promosi program disetiap jadwal penyangan yang bersangkutan. Fungsi dari *streaming* yang dilakukan melalui media sosial oleh tim digital ini adalah masing-masing dari tim *news* dan *current affair* ingin memberikan informasi kepada penonton yang tidak dekat dengan televisi, namun dapat menikmatinya sajian informasi Kompas TV melalui *gadget* yang dimiliki oleh setiap penonton.



Produksi secara mandiri (*In-House Production*) yang dilakukan oleh Kompas TV, serta penggunaan dua cara produksi yang dilakukan tersebut merupakan bentuk dari strategi. Program *hard news* Kompas TV semuanya dilakukan secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas TV mampu memberikan informasi yang tak kalah dengan induknya yaitu *Harian Kompas*.

## **2. Pembelian Program (Akuisisi)**

Pembelian program merupakan salah satu strategi program yang dilakukan oleh Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita. Pembelian program ini hanya dilakukan pada program *soft news* saja, dan pada program berita *hard news* tidak dilakukan pembelian program. Pembelian program dilakukan untuk memenuhi kebutuhan *slot* yang dimiliki oleh Kompas TV. Bagian pembelian program (akuisisi) di bawah naungan divisi *programming* yang melakukan transaksi tersebut. Sistem yang dilakukan Kompas TV menggunakan tiga sistem yang digunakan untuk proses pembelian program (akuisisi) yaitu Sistem Penawaran dari *Production House* (PH), Sistem Pembelian melalui *Production House* (PH), dan Sistem Penawaran kepada *Production House* (PH) (Wawancara Rifani, 31/05/2017).



Gambar 30. Bagan strategi produksi dan pembelian program  
(Sumber: Sri Rahayu, diolah dari data wawancara dan observasi. 2017)

### C. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Kompas TV sebagai stasiun penyiaran berita, dalam menayangkan program acaranya didominasi oleh program informasi (berita). Kompas TV memiliki cara untuk bagaimana menata program agar penonton dapat menyaksikan program informasi yang disajikan. Strategi yang digunakan untuk menayangkan programnya sesuai dengan pembagian waktu yang telah ditentukan. Penayangan program dilihat dari strategi waktu tayang yang disusun dalam pola siar. Waktu tayang yang telah disusun ditentukan melalui siklus kebiasaan menonton televisi, jenis program, hingga sasaran penonton yang telah ditentukan.

#### 1. Penayangan Program Sesuai Pola Siar

Kegiatan penataan program meliputi proses penayangan sesuai rencana yang telah ditentukan dalam sistem pola siar yang dilakukan oleh *programming* Kompas TV. Donny Nurpatria selaku *General Manager Programming* melakukan koordinasi dengan Bagian *Traffic* dalam menentukan jadwal siaran dan berkonsultasi dengan Manajer Promosi dalam mempersiapkan promo program yang bersangkutan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang ditayangkan. Penempatan acara yang kurang baik membuat program menjadi sia-sia.

Penayangan program sesuai pola siar dilakukan berdasarkan hasil riset penonton yang dilakukan oleh Kompas TV, dengan melihat pola kebiasaan pemirsa untuk menonton televisi serta konten yang disampaikan oleh program tersebut. Penataan program tidak hanya dilakukan oleh seorang *programmer*, tetapi juga dapat dilakukan oleh produser dengan berbagai cara agar program berita yang ditayangkan dapat mengikat penontonnya (Wawancara Nurpatricia, 30/12/2016).

GM *Programming* juga berkoordinasi dengan divisi pemberitaan dalam program yang memerlukan liputan wartawan seperti liputan khusus atau berita penting (*breaking news*). Dalam penayangan program yang telah tersusun dalam pola siar, dapat mengalami perubahan sewaktu-waktu dalam satu hari siaran, misalnya dalam jadwal siaran harian (*Daily Schedule*) telah ditetapkan, tetapi dalam waktu mendadak terdapat berita atau informasi yang harus segera disampaikan khalayak seperti bencana alam, jatuhnya pesawat, atau penyerangan teroris melalui program *Breaking News*. Jadwal acara selanjutnya otomatis mengalami penundaan waktu tayang atau tidak tayang sama sekali. Produser pada program berita selanjutnya secara sigap menaikkan berita tersebut dalam susunan *rundown* berita yang akan disampaikan oleh *news anchor* (pembawa berita). Eksekusi program di Kompas TV dilakukan secara fleksibel atau mudah diatur. Peletakan program *breaking news* ini merupakan bagian dari strategi program untuk merebut perhatian penonton agar program *hard news* Kompas TV selalu dinantikan.



## 2. Penayangan Program Sesuai dengan Sasaran Penonton

Penayang program juga dilakukan sesuai dengan sasaran pemirsa secara realistis. Seorang *programmer* harus menyusun dan menata programnya dengan sebaik mungkin, untuk itu *programmer* memiliki strategi khusus dalam menyusun waktu siarannya dalam sebuah penjadwalan (*scheduling*). Penentuan waktu tayang berdasarkan pola kebiasaan menonton televisi pemirsanya harus terlebih dahulu diketahui oleh *programmer*. Kebiasaan menonton pemirsa dapat diketahui dari rotasi kegiatan mereka dalam satu hari atau kebiasaan menonton televisi pada jam-jam tertentu. Pada prinsipnya siaran informasi yang ditayangkan oleh Kompas TV dapat menginspirasi setiap penontonnya serta dapat menemani aktivitas apapun. Aktivitas pemirsa pada umumnya cenderung memiliki pola yang sama setiap hari, baik pagi, siang, sore, ataupun malam hari.

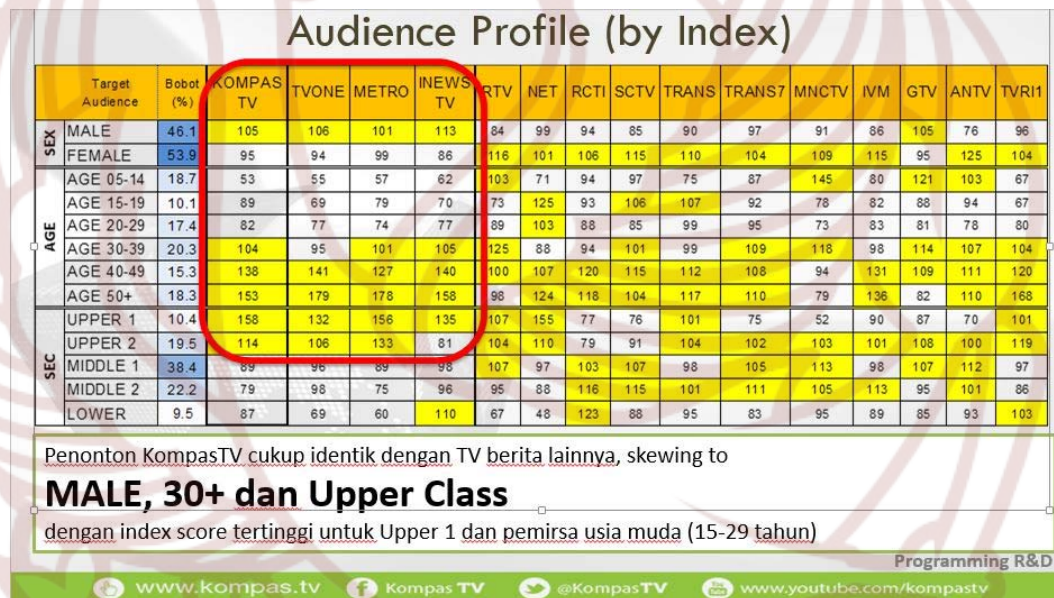
Penata program (*programmer*) menyusun jadwal acara berdasarkan aktivitas pemirsa, untuk itu setiap jam tayang memiliki alasan tertentu untuk penayangan setiap programnya. Waktu tayang dan sasaran pemirsa yang digunakan Kompas TV yang berdasarkan pola dan kebiasaan aktivitas pemirsanya, seperti pada program *Kompas Bisnis*. Awalnya program *Kompas Bisnis* tayang siang hari pada pukul 12.30 WIB setelah program acara *Kompas Siang*. Setelah berjalan beberapa bulan dilakukan analisis oleh tim *programming* bahwa perolehan *share*-nya tidak bagus dibandingkan *Kompas Siang*, dimana selalu memiliki penonton yang cukup rendah. Akhirnya produser dan *programmer* mencari tahu penyebab rendahnya perolehan *share*

tersebut. Dari analisis konten, kemasan dan penyampaian, *programmer* menyarankan kepada produser untuk diproses kembali agar lebih mudah dimengerti oleh pemirsanya. Jika setelah diproses kembali oleh produser ternyata perolehan *share* masih tetap rendah, maka dianalisis lagi ketepatan segmentasinya, sehingga *programmer* dan produser menemukan bahwa target segmentasi pada jam-jam tersebut lebih cocok ditujukan kepada wanita atau ibu-ibu. Jadi *Kompas Bisnis* memang kurang tepat jika ditayangkan pada pukul 12.30 WIB. Kemudian dipindahkan jam tayangnya menjadi pukul 09.00 WIB, dan hasil *share*-nya cukup bagus. Hal itu dengan sasaran penonton adalah laki-laki, pengambil kebijakan serta kalangan kelas menengah ke atas (segmentasi penonton dengan strata ekonomi sosial A-B) (Wawancara Tawantoro, 20/12/2016).

Target penonton Kompas TV lebih memiliki sasaran pada kalangan laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 15 tahun ke atas, dengan segmentasi Strata Ekonomi Sosial (SES) pada kalangan ekonomi menengah ke atas. Berita-berita yang disajikan bersifat *news bulletin* yang menjadi dominan di Kompas TV sebagai stasiun televisi berita dan dapat menginspirasi khalayak penontonnya. Sebagaimana Donny Nurpatria mengungkapkan bahwa:

Segmentasi kita secara demografi itu kita menyasar baik laki-laki maupun perempuan berusia 15 tahun ke atas dari kalangan menengah ke atas. Jadi memang kita tidak bisa menyasar ke semua orang karena dari televisi berita tentu ngomong sama anak SD tentu tidak relevan, tapi ketika kita ngomong sama anak SMA atau bahkan anak kuliah lebih mengenal politik dan mereka sudah punya hak suara. Jadi sangat strategis buat kita bicara dengan mereka yang berusia 15 tahun ke atas (Wawancara Nurpatria, 30/12/2016).

Penayangan program sesuai target penonton program siaran yang dilakukan oleh Kompas TV ini sangat dibutuhkan, terlebih dengan identitas Kompas TV saat ini menjadi stasiun penyiaran berita. Informasi (berita) baru dapat diterima dan tersampaikan dengan baik oleh kalangan remaja hingga dewasa, hal inilah yang menjadi perlu untuk diperhatikan dalam menentukan sasaran penonton yang tepat menjadi audiensi Kompas TV.



Gambar 31. Hasil data identitas penonton dari R&D Kompas TV  
(Sumber: Donny Nurpatricia, 2016)

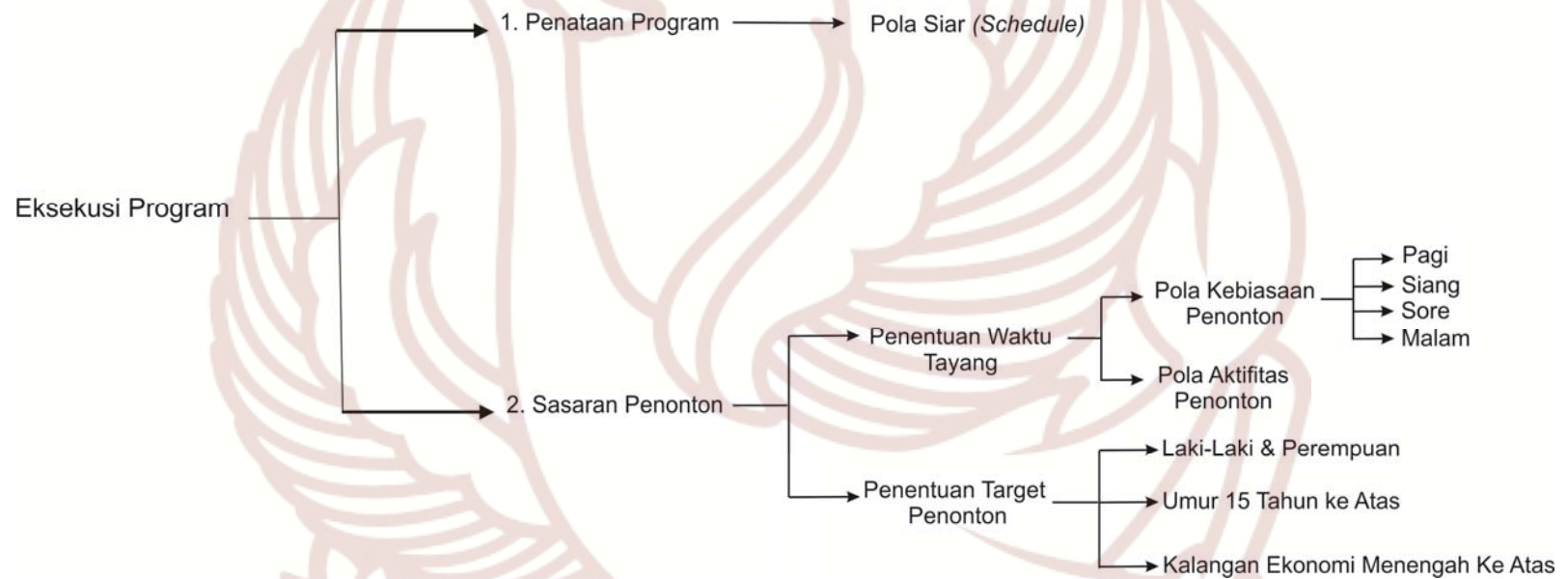
Data riset yang dilakukan Kompas TV di atas menunjukkan bahwa minat penonton program acara beritanya identik sama dengan stasiun televisi lainnya, yaitu pada kalangan laki-laki dengan rentang usia 30 tahun hingga pada penonton usia 50 tahun ke atas serta memiliki nilai tertinggi pada penonton berusia muda (15-29 tahun). Begitu juga dengan kalangan perempuan yang memiliki peminat yang cukup tinggi untuk menyaksikan

program informasi (berita) yang ditayangkan oleh Kompas TV, dengan capaian penonton dari kalangan kelas atas. Hal ini menunjukkan pencapaian Kompas TV sesuai dengan target sasaran penonton yang dituju.

Penayangan program sesuai target penonton serta penayangan program sesuai pola siar merupakan strategi program Kompas TV, untuk meraih penonton yang banyak. Kemudian dari penonton yang masuk, secara otomatis akan meningkatkan jumlah perolehan *rating* dan *share*. Dari hasil rating tersebut berguna untuk menarik minat pemilik iklan untuk memasang iklan di Kompas TV, sehingga semakin banyak iklan yang masuk semakin banyak pula pendapatan bagi perusahaan.



## KOMPAS TV - SRATEGI PROGRAM



Gambar 32. Bagan strategi eksekusi program  
(Sumber: Sri Rahayu, diolah dari data wawancara dan observasi. 2017)

## D. Pengawasan dan Evaluasi Program

### 1. Pengawasan Program

Pengawasan program siaran di Kompas TV dilakukan sejak materi program akan diliput atau diproduksi hingga program informasi siap disiarkan untuk khalayak. Pengawasan yang dilakukan juga berkaitan dengan hal teknis (seperti: gangguan *server*) dan nonteknis (seperti: pengemasan program, isi program, gaya penyampaian berita). Pengawasan ini dimaksudkan agar materi atau program yang ditayangkan tidak memiliki suatu kesalahan yang akhirnya menjadi hambatan bagi program itu sendiri. Pengawasan program yang dilakukan di Kompas TV biasa disebut dengan *Quality Control* (QC).

*Quality control* program dilakukan oleh produser program dan tim *programming* sejak tahap praproduksi, produksi hingga pascaproduksi, hal ini disebut dengan *quality control* secara internal. Sedangkan pengawasan program acara juga dilakukan secara eksternal dari luar pihak Kompas TV, yaitu oleh KPI. Dalam tahapan *quality control* secara internal saat pra produksi seorang produser pada rapat koordinasi (proyeksi) telah menyampaikan hal-hal apa saja atau berita apa saja, yang patut untuk dijadikan topik bahasan dan layak ditayangkan untuk masyarakat. Pada tahapan ini tim produksi yang ditunjuk telah memahami betul apa yang harus dilakukan. Pada saat *reporter* membuat *script* atau naskah berita, asisten produser melakukan pengawasan program dengan cara mengoreksi *script* atau naskah tersebut.

Hal yang dijadikan perhatian dalam tahap *quality control* adalah peraturan yang berkaitan dengan hal-hal yang termuat pada prinsip-prinsip

jurnalistik di antaranya menyajikan berita yang akurat, berimbang, adil, tidak memiliki itikad buruk, tidak bertujuan untuk menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistik, tidak mempertentangkan yang memiliki unsur SARA (suku, agama, ras dan antargolongan), serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas TV ingin mematuhi aturan yang ada pada pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS) yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Menurut Donny Nurpatia, *Quality Control* pada program di Kompas TV juga memperhatikan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Pada hal tersebut merupakan bagian besar dalam proses pengawasan program yang dilakukan oleh Kompas TV (Wawancara Nurpatia, 30/12/2016). Contoh bentuk *quality control* yang dilakukan berdasarkan P3SPS ini seperti gambar yang bersumber dari video pada kecelakaan beruntun yang terjadi di Cianjur, Jawa Barat pada Minggu, 30 April 2017. Korban dari kecelakaan tersebut berjumlah 58 orang yang terdiri dari korban meninggal, korban dengan luka berat dan luka ringan.





Gambar 33. Cuplikan kecelakaan di Cianjur, Jawa Barat pada 30 April 2017.  
(Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=V\\_\\_o2SK\\_8hY](https://www.youtube.com/watch?v=V__o2SK_8hY), 2017)

Keterangan kejadian kecelakaan yang terjadi di Cianjur, Jawa Barat dilakukan dengan wawancara dari narasumber yang berasal dari warga yang berada di sekitar lokasi kejadian. Hal ini menunjukkan bahwa keterangan yang diperoleh tidak memiliki hubungan dengan korban kecelakaan, yang dapat menambah penderitaan atau trauma bagi keluarga korban. Pengemasan berita tersebut disesuaikan dengan aturan P3SPS yang dinyatakan pada pasal 25 poin b bahwa (P3SPS, 2012):

“tidak menambah penderitaan ataupun trauma orang dan/atau keluarga yang berada pada kondisi gawat darurat, korban kecelakaan atau korban kejahatan, atau orang yang sedang berduka dengan cara memaksa, menekan, dan/atau mengintimidasi korban dan/atau keluarganya untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya.”

Cara pengawasan tersebut di atas termasuk pada strategi dalam melakukan *quality control* secara internal Kompas TV. *Quality control* sangat perlu dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja terukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. *Control* program juga dilakukan pihak eksternal Kompas TV, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Pengawasan yang dilakukan oleh KPI menyangkut dengan peraturan yang tertera pada P3SPS.



Pada *quality control* yang dilakukan juga dapat menunjukkan cara kerja dari strategi yang tersusun telah terwujud atau belum.

## 2. Evaluasi Program

Evaluasi dilakukan guna menentukan seberapa jauh suatu perencanaan dan suatu tujuan telah tercapai atau telah terwujud oleh kru program siaran Kompas TV. Evaluasi terhadap hasil produksi Kompas TV merupakan langkah yang harus dilakukan agar dapat diketahui kekurangan dan kelebihan produksi hingga penayangan suatu program acara. Evaluasi dilakukan juga untuk mengetahui minat masyarakat terhadap suatu program atau keseluruhan program yang ditayangkan oleh Kompas TV.

Evaluasi di Kompas TV dilakukan secara periodik setiap hari (internal program) atau bahkan per mingguan dan bulanan. Evaluasi dilakukan untuk meningkatkan kinerja masing-masing kru dan memungkinkan produser eksekutif membandingkan kinerja yang direncanakan dengan hasil kinerja yang sebenarnya. Jika rencana dan *output* tersebut tidak sama atau tidak seimbang, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Sebagaimana diungkapkan oleh Eko Wahyu Tawantoro selaku penanggung jawab program bahwa:

Dari setiap program itu ada evaluasi, misalnya.. evaluasi itu dari luar atau juga internal atau masukan-masukan itu. Misalnya... penulisan *chargen*-nya uda bener belum, *squens* pilihan gambarnya pada proses *editing* uda bener apa belum.. itu ada evaluasinya. Biasanya di rapat-rapat itu, sebelum rapat proyeksi itu biasanya kita ada rapat evaluasi. Tadi jam 7 rapat itu setelah siaran *Kompas Petang* selesai.. nah itu kalo ada masukan ya di sampaikan di situ. Masukannya bisa macem-macem... bisa kayak kurang ini nih .. kurang dalem nih.. tadi pembahasan soal

terorisme, kurang lengkap tadi kenapa gak di ini ya? Ini nantinya dirapatkan di evaluasi itu sebelum rapat proyeksi untuk proyeksi untuk proyeksi apa apa yang akan besok diliput, itu kalo secara internal program (Wawancara Tawantoro, 20/12/2016).

Evaluasi program yang dilakukan juga berdasarkan pada hasil *rating & share* yang diperoleh saat program tersebut tayang.

#### **a. Evaluasi Harian**

Evaluasi harian secara internal program dilakukan setiap hari setelah program ditayangkan, yaitu pada saat rapat proyeksi untuk hari berikutnya. Evaluasi dilakukan untuk memberi masukan dan sekaligus memberikan solusi atau bahan perbaikan program untuk tayangan selanjutnya. Sebagai bahan evaluasi harian penanggung jawab program membahas hal-hal terkait konten program, penyampaian konten program dan hal teknis yang menjadi kendala peralatan atau kendala lainnya yang penting untuk disampaikan pada rapat proyeksi program. Evaluasi dan rapat proyeksi dihadiri oleh produser program, penanggung jawab program, tim riset dari litbang, koordinator liputan (korlip) serta kru yang bertugas lainnya.

Evaluasi harian yang dilakukan merupakan strategi untuk meningkatkan sajian program kepada masyarakat. Adanya peningkatan sajian program tersebut dapat dijadikan strategi untuk mendapatkan dan menarik penonton.

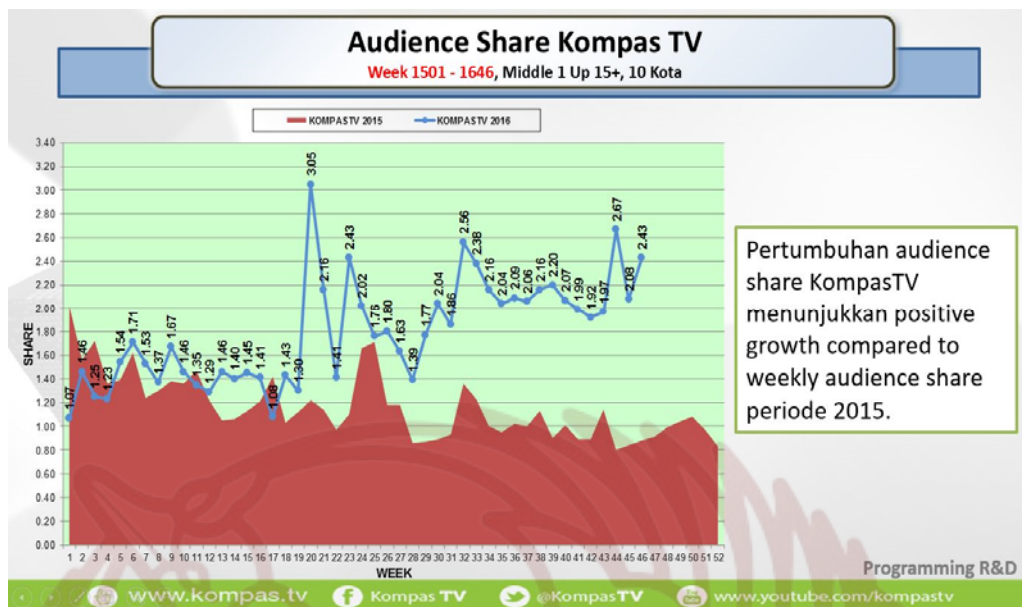
## **b. Evaluasi Mingguan**

Evaluasi mingguan ini dilakukan secara internal bersama tim *programming* Kompas TV selama seminggu sekali. Sebagaimana diungkapkan oleh Eko Wahyu Tawantoro selaku penanggung jawab program bahwa:

Jadi setiap minggu itu ada rapat *programming*, yang mengevaluasi setiap program. Jadi penanggung jawabnya itu eksekutif produsernya di panggil untuk rapat. Dimintai semacam pertanggung jawaban. Kalo memang hasilnya bagus ya diinikan bagus. Itu bagus tuh kayak minggu kemarin *share* nya bagus ininya bagus... pertahankan ya.. Mungkin ini penonton pengunya sama konten-konten itu... misalnya.

Yang di evaluasi itu ya setiap elemen yang ada di program itu. Makanya dasarnya evaluasi itu kalo di internal yang disini (*news departement*) yang tidak melibatkan *programming* itu ya secara internal aja (Wawancara Tawantoro, 2016).

Proses evaluasi mingguan yang dilakukan bersama tim *programming* ini, berguna untuk membahas secara keseluruhan setiap elemen yang ada di dalam program tersebut, seperti perolehan *rating*, *share*, konten program, hal-hal yang harus ditingkatkan pada program yang bersangkutan, hingga kendala apa saja yang dihadapi selama berlangsungnya penayangan program tersebut.



Gambar 34. Perolehan *rating* dan *share* Kompas TV  
(Sumber: Donny Nurpatриа, 2016)

Saat evaluasi dilakukan, tim *programming* diperkenankan untuk menanyakan mengapa hal tersebut dapat terjadi, misalnya terdapat penurunan *share* yang diperoleh program-program tersebut. Dengan demikian produser eksekutif dapat menyampaikan hal apa saja yang mempengaruhi penurunan perolehan *share* program tersebut. Tidak hanya itu, tim *programming* juga dapat memberikan masukan dari hasil evaluasi yang disampaikan untuk perbaikan penayangan program selanjutnya.

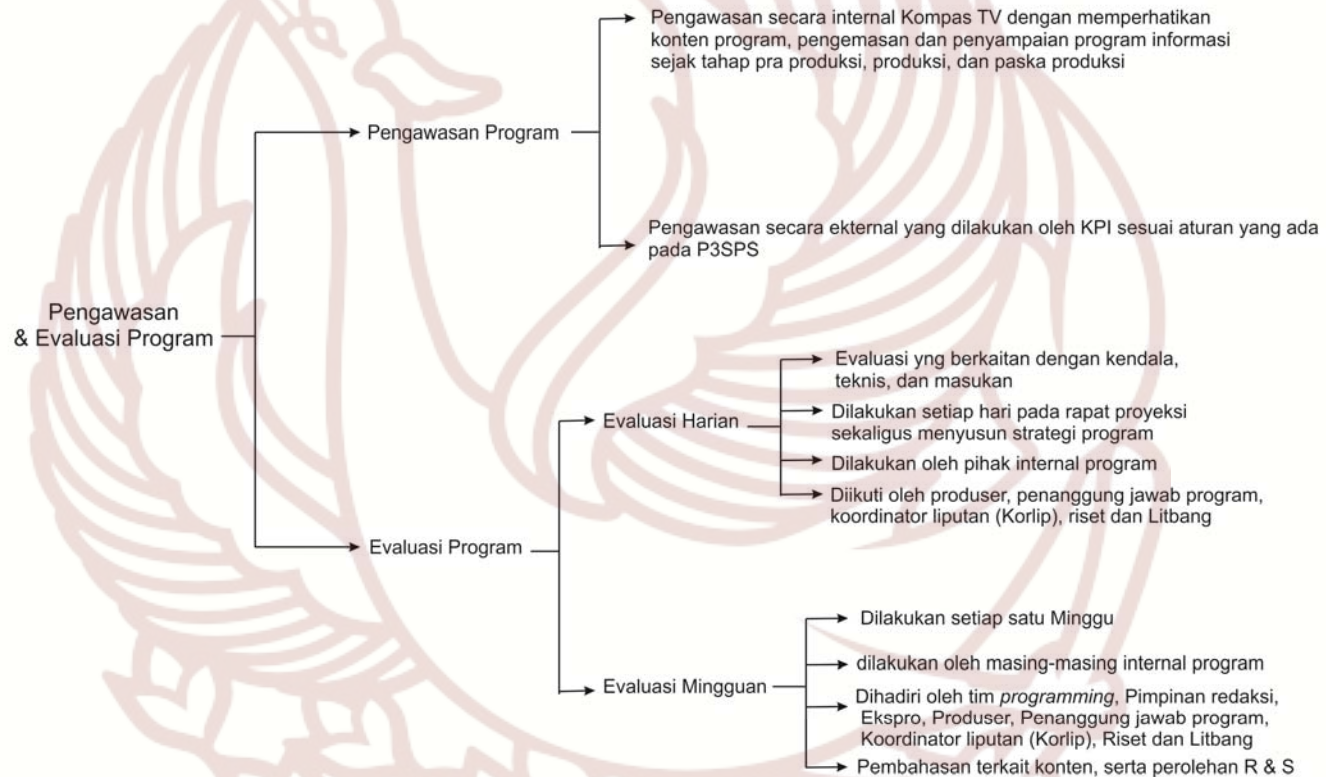
Salah satu evaluasi yang dilakukan yaitu pada program *Kompas Petang* pada tanggal 09 Oktober 2017 perolehan *rating* sebanyak 0.65 dan *share* sebanyak 4.61, perolehan yang didapatkan cukup memuaskan. Topik pemberitaan pada tanggal 09 Oktober 2017 ini membahas persiapan pelantikan Gubernur terpilih Anis Baswedan dan Sandiaga Uno oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 10 Oktober 2017. Topik ini merupakan salah satu informasi yang cukup



diminati oleh kebanyakan penonton. Maka pada evaluasi program harian maupun mingguan, dapat disampaikan bahwa topik-topik sejenis dapat dimunculkan di episode selanjutnya. Selain itu, penayangan informasi yang menjadi *trending* topik juga dapat mendongkrak pendapatan *rating* dan *share*.

Evaluasi harian dan mingguan yang dilakukan oleh Kompas TV, merupakan bagian dari strategi yang digunakan untuk memberikan sajian program informasi yang menarik. Meskipun Kompas TV menjadi salah satu stasiun televisi dengan mayoritas program berita yang biasanya identik dengan programnya yang membosankan. Kompas TV hadir dengan kemasan informasi yang dikemas dengan cara yang berbeda dengan stasiun televisi lain. Hal ini dapat dilihat dari gaya penyampaian *anchor*, bahasa yang digunakan dalam penyampaian, pengemasan program, serta konten yang dibawa.

## KOMPAS TV - SRATEGI PROGRAM



Gambar 35. Bagan strategi pengawasan dan evaluasi program  
(Sumber: Sri Rahayu, diolah dari data wawancara dan observasi. 2017)

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kompas TV merupakan salah satu stasiun penyiaran berita yang menghadirkan program informatif yang beragam, guna menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi melalui berbagai perkembangan teknologi informasi. Kompas TV saat ini merupakan stasiun penyiaran berita swasta dan berjejaring. Sebagai stasiun penyiaran berita, Kompas TV berupaya untuk memberikan program informasi yang aktual, independen, terpercaya serta berkualitas. Bersaing dengan stasiun televisi kompetitor serta dapat menarik penonton sebanyak-banyaknya, merupakan hal yang tidak lepas dari sebuah strategi program yang dilakukan oleh stasiun penyiaran berita. Hal ini juga dapat berpengaruh dalam peningkatan profit perusahaan. Proses pengembangan diwujudkan oleh produser dan tim *programming* dalam strategi penyusunan program acara melalui proses 1) perencanaan program, 2) produksi dan pembelian program, 3) eksekusi program, serta 4) pengawasan dan evaluasi program.

Strategi program pada proses perencanaan dalam penyusunan meliputi produk program yang menyangkut cara pengemasan program, konten program, waktu penayangan program, penentuan durasi penayangan, melalui rapat proyeksi. Dalam rapat proyeksi para produser dan penanggung jawab program melihat stasiun televisi kompetitor menayangkan informasi yang seperti apa. Dari rapat proyeksi ini para produser dapat mencari sebuah peluang untuk

bersaing dengan stasiun televisi lain serta mengambil sudut pandang mana informasi disampaikan. Cara penyajian program dengan menggunakan gaya penyampaian pembaca berita yang terbagi menjadi beberapa bagian. Selain itu dalam penyajian berita dipadukan dengan dialog narasumber, *live report*, dan *breaking news*). Strategi dalam perencanaan juga diwujudkan dengan promosi program siaran melalui media sosial Kompas TV dan promosi program tayangan di sela iklan.

Proses strategi pada tahapan produksi dan pembelian program yang dilakukan oleh tim *programming* Kompas TV menyangkut produksi secara mandiri (*in house production*) yang dilakukan berdasarkan kebutuhan *slot* dan berdasarkan ide dari tim produksi. Produksi program dilakukan pada semua program *hard news* dan beberapa program bersifat *soft news* di Kompas TV. Selain itu strategi dimunculkan pada tahap pembelian program yang dilakukan berdasarkan Sistem Penawaran dari *Production House* (PH), Sistem Pembelian melalui *Production House* (PH), dan Sistem Penawaran kepada *Production House* (PH). Sistem pembelian program ini hanya dilakukan pada program bersifat *soft news*.

Kegiatan eksekusi program di Kompas TV meliputi penataan program sesuai dengan rencana yang telah ditentukan dalam sistem pola siaran. Dalam penayangan program yang telah tersusun dalam pola siaran, dapat mengalami perubahan sewaktu-waktu pada satu hari siaran. Program *Breaking News* dapat berpotensi menggeser program acara sesuai pola siaran, sehingga program yang telah terjadwal mengalami penundaan waktu tayang atau tidak tayang sama



sekali. Eksekusi program di Kompas TV bersifat Fleksibel atau mudah diatur. Serta strategi dimunculkan dengan penayangan program sesuai target penonton. Penayangan ini disesuaikan dengan pola kebiasaan penonton. Strategi pada proses pengawasan program di Kompas TV meliputi *Quality Control* secara internal dan eksternal. Selain itu evaluasi program juga dilakukan untuk menentukan seberapa jauh strategi yang dilakukan pada proses perencanaan, produksi program, akuisisi, dan eksekusi program tercapai.

## **B. Saran**

Strategi program merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh suatu stasiun televisi untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Sebuah strategi program sangat diperlukan dalam masing-masing stasiun televisi untuk mengelola dan mengembangkan layanan informasi melalui program yang ditayangkan. Namun, dalam penelitian mengenai strategi program ini sangat membutuhkan pemahaman yang cukup saat proses observasi, sehingga dalam penyusunan tidak terjadi kesulitan. Penelitian mengenai sebuah strategi dirasa cukup memakan waktu yang lumayan lama, untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Strategi juga memiliki banyak pengertian. Oleh karena itu dapat disarankan kepada peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa televisi dan film untuk dapat mengkaji sebuah strategi lebih jauh dan secara lebih bervariasi.

Selain itu saran yang dapat diharapkan kedepannya yaitu penelitian ini dapat dikembangkan dengan lebih mendalam, dan lebih beragam menggunakan berbagai ilmu pengetahuan dan teori-teori yang ada. Pengambilan sudut pandang yang berbeda serta tema bahasan yang sejenis maupun berbeda. Serta untuk penelitian selanjutnya juga dapat mengoperasikan metode penelitian yang berbeda maupun sama, yang tetap relevan dengan objek penelitian. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai strategi program pada stasiun televisi khususnya stasiun penyiaran berita.

## DAFTAR ACUAN

### Buku:

- Andi, Fachruddin. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Andi, Fachruddin. 2016. *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Burton, Graeme. 2011. *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Morissan. 2008. *Manajemen media penyiaran: strategi mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi.
- Naratama. 2006. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Wibowo, Fred. 1997. *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

### **Internet:**

Kompas TV. 2016. “*Profil Perusahaan*”, (Online), (<http://www.kompas.tv/Company Profile.com> diakses 30 Maret 2016)

Kompas.com. 2016. “*Transformasi Kompas TV Sebagai Televisi Berita*”, (Online), (<http://print.kompas.com/baca/2016/01/29/Transformasi-Kompas-TV-sebagai-Televisi-Berita> diakses 8 Mei 2016)

Kompas TV.2016. “*Live Streaming Berita*”, (Online), (<http://www.kompas.tv/live> diakses 15 Nopember 2016)

Kompas TV. 2017. “*Kompas Malam-30 April 2017*”, (Online), ([https://www.youtube.com/watch?v=v\\_\\_o2sk\\_8hy](https://www.youtube.com/watch?v=v__o2sk_8hy) diakses 20 Juni 2017)

Kompas TV.2017. “*Kompas TV Bisnis – 6 Pebruari 2017*”, (Online), (<https://www.youtube.com/watch?v=Lz1aug4-obM> diakses 12 Juli 2017)

Kompas TV. 2017. “*Ledakan Terjadi di Terminal Kampung Melayu-Breaking News*”, (Online), (<https://www.youtube.com/watch?v=6ScPc31Tp3s> diakses 11 Juli 2017)

<https://www.kompas.tv/live>

<https://www.modul.mercubuana.co.id>

<http://www.tribunnews.com/news>

<http://www.kompas.com/>

### **Narasumber:**

Ahmad Rifani, 36 tahun, *Programming Research & Development Superintendent* (R&D) Kompas TV, Jakarta.

Donny Nurpatia, 36 tahun, *General Manager Programming* Kompas TV, Jakarta.

Desy Hartini, 24 tahun, staf tim digital Kompas TV, Jakarta.

Eko Wahyu Tawantoro, 51 tahun, Penanggung Jawab Program Kompas TV, Jakarta.

Ferissa Djohan, 33 tahun, Produser Program *Indonesia Update*, Jakarta.

Hardjuno Pramundito, 40 tahun, Eksekutif Produser Program *Kompas Malam*, Jakarta.



Pascalis Iswari, 31 tahun, Produser Program *Kompas Dunia*, Jakarta.

Yophiadi Kurniawan, 40 tahun, Produser Program *Kompas Siang*, Jakarta.

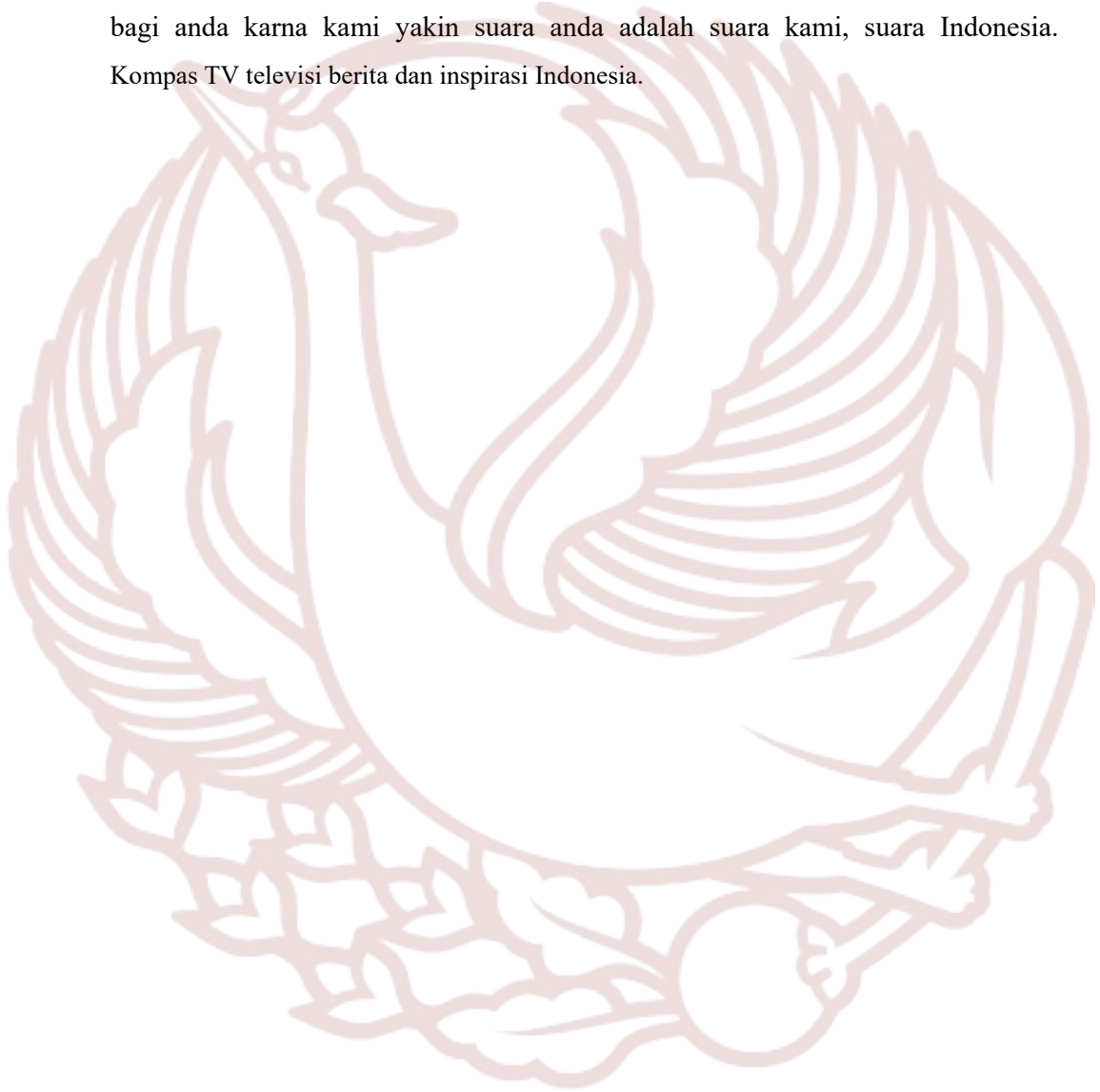


TRANSKRIP Video  
Program Suara Indonesia  
“Transformasi Kompas TV Sebagai Stasiun Televisi Berita”

Industri media mengalami banyak perubahan dalam satu dasawarsa terakhir ini, perubahan menimbulkan tantangan tetapi sekaligus menjadi peluang bagi Kompas Gramedia. Pengalaman Kompas Gramedia selama limapuluh tahun ini menjadi tuntunan berharga bagi kami untuk dapat beradaptasi untuk dan mengelola setiap perubahan. Media dan teknologi akan menjadi paduan penting pada perkembangan media selanjutnya. Televisi dan media digital akan semakin berperan penting bagi masyarakat. Kompas Gramedia menyadari betul tren perubahan ini dan memperkuat kehadirannya melalui media televisi dan media digital. Menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi melalui media televisi kami hadirkan Kompas TV sebagai televisi berita. Ini adalah wujud dari komitmen untuk meneruskan cita-cita para pendiri Kompas Gramedia untuk terus mendukung dan membangun masyarakat Indonesia. Bersama media-media kami yang sudah terlebih dahulu berkembang dengan baik di masyarakat, kami yakin Kompas TV juga akan menjadi media terdepan pilihan masyarakat. Dukungan dan kerjasama semua pihak sangat kami harapkan, untuk menjadi kunci keberhasilan Kompas TV di Indonesia.

Semua berawal dari bulan September 2011 perdana di 9 kota besar, hingga saat ini Kompas TV sudah bisa dinikmati lebih dari 100 kota di seluruh Indonesia dengan kualitas yang prima. Perjalanan ini menunjukkan komitmen Kompas TV untuk menjadi media terdepan yang kreatif dan inovatif, inspiratif. Tak hanya menyajikan informasi aktual tapi juga berkualitas. Kami menyadari kemajuan teknologi informasi yang maju begitu pesat memberi dampak pada perilaku masyarakat Indonesia terutama untuk penikmat layar kaca, dan Kompas TV menjawab tantangan ini, kami hadir menyapa pemirsa setia dalam bentuk digital di berbagai platform, mulai dari televisi berbayar dengan kualitas *high definition*, *free streaming* hingga menjadi yang terdepan di berbagai media sosial. Pertumbuhan *followers* di Kompas TV di sosial media meningkat hingga tujuh ratus persen bahkan tidak sedikit program pembahasan di Kompas TV menjadi

*trending topic* di Indonesia bahkan dunia. Kami terus mengembangkan jaringan siaran Kompas TV di seluruh Indonesia ini semua untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa sekaligus menjadi yang terdepan di Republik Indonesia. Adalah komitmen Kompas TV sebagai media terpercaya untuk memberikan yang terbaik bagi anda karna kami yakin suara anda adalah suara kami, suara Indonesia. Kompas TV televisi berita dan inspirasi Indonesia.



## Transkrip wawancara Donny Nurpatricia

Recording 20161230150542

Yang pertama kita sebagai TV berita tentunya harus punya fokus, punya *priority* atau prioritas bahwa sajian utama kita adalah berita. Analoginya kalo kita restoran, misalnya *pizza hut's* sajian utamanya adalah pizza dan pasta. Tapi biasanya mereka tidak hanya menyajikan pizza dan pasta dalam berbagai *variant* rasa tapi juga menyajikan sup dan salad. Jadi kadang-kadang televisi berita pun juga punya bauran-bauran lain yang istilahnya masih *feed in* sama *restaourat* nya. Misalnya nih kita mau bikin nasi goreng bukan nasi sama telur doang nih, kadang-kadang ada satenya, ada udangnya ada krupuknya, nah itulah.. Jadi kita punya bauran-bauran yang sebenarnya gak melulu tentang berita. Tapi misalnya ada olahraga dan bahkan ada hiburannya juga nah itulah yang disajikan sama Kompas TV hari ini. Kita utamanya adalah berita itu 80 persen berita dan selebihnya ada *sport* dan juga ada hiburan. Tapi juga hiburan yang kita pilih tentunya hiburan yang juga nggak *slide stage* tapi hiburan yang lebih dalam tanda kutip *smart entertainment*, misalnya kita ada *talk show* – *talk show* sama Mas Tukul misalnya kita kemarin *menginisiat* (menginisiatif) program baru yang namanya *The Interview with Tukul Arwana* yang menghadirkan tokoh-tokoh yang punya cerita – cerita yang *inspiring* (menginspirasi). Misalnya Menteri Tenaga Kerja, Ana Bachir yang sebelumnya beliau *strudle* dari masyarakat menengah ke bawah sekarang jadi politisi dan menteri dan di menteri pun dia punya dobrakan-dobrakan kebijakan atau pemantauan itu kita *deliver* dengan kemasan yang ringan gitu. Ini sebenarnya bobotnya tetep informasi tapdikemas secara populer dan *we colage* tetep *intertaintment* soalnya kan diawakan sama mas tukul. Lain halnya kalo dibawakan sama mas aiman yang gak mungkin jadi program *Intertaintment*. Jadi *Intertaintment* yang kita maksud disini *Intertaintment* yang masih cocok dengan rumah berita. Jadi strateginya Kompas TV perlu saya tekankan bahwa kornya



adalah berita tapi kita tetap mencoba untuk memberikan *variant* yang masih *feet* yang masih cocok sama rumah berita, yaitu kadang-kadang kita menayangkan *sport* dan kadang-kadang kita menayangkan hiburan. Nah ... *sport* tadi saya sudah berbicara sedikit tentang *entertainment* mungkin tambahan *entertainment* yang kita maksudkan mungkin *stand up* komedi, *stand up* komedi kenapa kita pilih karena memang dia bentuk hiburan yang cukup kritik ya kadang kadang dia ngangkat isu-isu sosial yang kadang-kadang membuat kita tertawa sekaligus juga berfikir, jadi apa ya .. dia juga bentuk hiburan yang sebenarnya menjadi hiburan alternatif. Kita *slide stage* apa istilahnya *menggeplak* kepala orang pakai kardus lah itu kita menghindari yang kayak gitu juga. Jadi *entertainment* yang kita pilih sekali lagi yang masih cocok dengan bauran rumah berita. Yang selanjutnya kemudian *sport*, *sport* yang kita sajikan disajikan disini lebih banyak sekarang yang kita pilih badminton. Sekarang kalo kamu perhatiin kita punya badminton *world federation super series* itu mulai dari bulan Maret sampai Desember itu kita punya, bahkan kita nayangin *all england*, nayangin China Open, nayangin Japan Open dan lain-lain. Nah kenapa kita pilih *sport* dan dalam hal ini badminton misalnya karna kita lihat sebagai strategi kita ambil olahraga yang lain misalnya sepak bola biasanya harganya itu sangat mahal mbak.ee... mahal sekali sehingga sebuah entitas bisnis kita harus berfikir bahwa oke kita mungkin bisa ngumpulin penonton tapi kita bisa ngumpulin tragendingnya nggak dari sisi iklan segala macem, jadi ini udah membelinya mahal kita juga harus segera tutup sponsor.nah kita lihat selain sepak bola apa lagi nih ? Kita lihat ada tinju misalnya, tinju itu udah menjadi pilihan TVOne,kalo Kompas TV ngambil tinju apa bedanya kita sama TVOne ? Nah makanya kita berfikir lagi apa, sehingga kita dari lewat mengumpulkan data dari berbagai sumber utamanya dari Nielsen kita lihat kok orang Indonesia suka sama badminton.kita lihat tv-tv lain nggak ada yang mengklaim *house of* badminton, akhirnya yauda nih kita seriusin deh badminton ini ke olahraga kesukaan orang Indonesia juga dan terbukti kita pernah itu di bulan Mei di salah satu hari kita nayangin Final Thomas Cup itu kita bisa *leading all stasion* di Indonesia, di sebelas kota Kompas TV *sharenya leading* mengungguli RCTI SCTV yang biasanya mereka nomor satu. Nah itu kita di

bulan Mei bisa *leading all stasion* karna kita menayangkan Thomas Cup. Jadi sepertinya ada perubahan juga nih kalo badminton ternyata memang disukai masyarakat Indonesia. Sehingga itu kita pertahankan artinya itu kita punya konten *sport* tapi kita nggak mau jadi *follower*-nya TVOne, kita nayangin tinju dunia misalnya. Tapi kita pilih *sport* yang memang sebisa mungkin berbeda gitu, kita tayangin badminton yang utama. Kemarin sih kita ada yang nayangin *sport* tinju ya yang kerja sama sama Crish Jhon dan itu bentuknya lebih ke kerja sama. Jadi itu Chrish Jhon punya tawaran ide lalu yaa *why not?* Kita coba gitu lo dan itu sempet kita tayangin juga tapi *core*-nya tetep kita lihat *core*-nya di badminton, dan bahkan secara promosipun kita menyebut *house of badminton*. Satu lagi mbak yang nggak boleh ketinggalan berita olahraga kita punya berita olahraga di tiga *belt* di pagi, di petang dan di malam. Itu *Kompas Pagi*, *Kompas Petang*, dan *Kompas Malam* yang jadi bauran program kita sebagai TV berita yang bukan hanya menayangkan berita sosial politik budaya tapi kita juga ada berita olahraga. Karna bagaimanapun sebagai TV berita kita harus lengkap portofolionya. Kita bahkan juga punya program kompas bisnis itu berita-berita ekonomi, finansial ada disitu. Jadi dan itu juga menjadi bauran di pagi hari jam sembilan. Jadi sebagai sebuah TV berita kita harus punya secara portofolio lengkap, berita yang investigasi, *talk show*, dan istilahnya bulletin pagi siang petang malam, kejadian-kejadian yang aktual, terkini itu juga kita sajikan di apa namanya. Di *Kompas Pagi* siang petang malam. Kemudian juga bahkan kita punya buat yang mereka nggak sempat nonton seharian itu kita simpen di *Kilas Kompas*. Ini kumpulan berita sehari di malam hari kita sajikan lagi, kita *re-package* untuk mereka yang bener-bener cuma punya waktu nonton sedikit di malam hari kita siapkan. Bahkan buat mereka yang butuh apa apa namanya... Ini.. Senin sampai Jumat mungkin peristiwa kan banyak, mungkin begitu akhir pekan kan biasanya peristiwa tidak begitu banyak makanya kita kemas lagi program-program yang berbasis informasi misalnya panduan berlibur kita punya *Weekend Yuk*, kita punya *Fun Adventure* dan lain-lain. Nah program-program kuliner kita juga punya. Jadi kita ini ngliatnya variasi dari rumah berita, jadi yang namanya rumah berita dan informasi itu nggak melulu harus peristiwa-peristiwa-peristiwa tentang DPR, parlemen,

istana, dari partai politik mana kita gak harus kayak gitu. Tapi kita melihat harus ada bauran-bauran yang pas yang berbasis informasi.

Ehh .. Gini kalo kenapa per tahun 2015 Kompas TV mendeklarasikan dirinya menjadi TV berita, sebenarnya kita hadir sejak 2011 September mbak. Tapi per tahun 2015 itu kita *men-stage* kita benar-benar sebagai Tv berita. Itu sebenarnya ada jalan ceritanya begini.. Jadi Kompas TV itu kan lahir dari induk harian Kompas, Kompas ini adalah (saya sambil nunjuk Harian Kompas nih disini mbah, hehehe .. Mestinya pakai video mbak) jadi Kompas ini *newspaper road maps* nya itu atau perjalanan panjangnya dia ke depan dari *newspaper* dia harus menjadi news brand. Maksudnya gini .. Apapun *platform*-nya ketika itu berita ya Kompas rujukannya, transformasinya dari *newspaper* menjadi *newsbrand*. Jadi nggak peduli yang dibuka *Facebook* yang dicari ya Kompas kalonyari berita makanya kita hadir di *Facebook*, di *Twitter*, di *Instagram* bahkan terakhir kita juga *join* di *line*, kita punya *official account* (kalo mbak belum punya coba *download* atau *add*) gitu jadi bagi kita apapun *platform*-nya yang penting Kompas hadir disitu sebagai penyaji berita karena transformasinya dari *newspaper* kita harus menjadi *news brand*, kita nggak bisa nih seratus tahun ke depan hanya menjadi *newspaper*. Hari ini mungkin yang membaca koran berkurang dan lebih beralih ke *smartphone* dan mungkin juga televisi masih *stady* dan mungkin juga masih bisa sebagai sebuah organisasi yang induknya harian Kompas kita melihat dari sebuah kajian kita bikin survey kita bikin apa namanya kita cek ke masyarakat apa si yang kalian persepsikan dari Kompas, bahkan kita tanya apa sih Kompas TV yang terlintas dibenak anda ketika anda mendengar nama Kompas TV ? Yang terlintas adalah berita, yang terlintas adalah *Harian Kompas*, tapi yang menjawab berita itu sangat tinggi, trus kita pikir ada juga yang menjawab *Stand Up Comedy* ada juga yang menjawab *Malam Minggu Miko* cuma itu angkanya nggak lebih dari delapan persen lah itu total. Jadi kita lihat kok oke ... Kenapa kok kita dipersepsikan sebagai TV berita ya cukup tinggi, sementara kita kontennya waktu 2011 – 15 itu paling beritanya cuma 50 persen dan paling tinggi beritanya 52 persen. Jadi lewat sajian ini lalu para pemegang saham berdiskusi dan melakukan ini ya pertemuan emh lewat kajian yang kita jalankan ya sama Litbang Kompas bahwa sepertinya

ini menjadi pilihan yang strategis untuk kita menjadi TV berita. Bukan hanya TV yang menyajikan berita 50 persen tapi kenapa kita nggak sekaligus menjadi televisi berita, tapi kenapa kita terlahirnya dari rahim harian Kompas dan memang ini adalah *brand* berita dan *news brand* itu sih yang mendorong, akhirnya per 2015 Kompas TV komposisi konten kita yang mengandung berita itu udah lebih yang tadinya limapuluh persen sekarang jadi delapan puluh lima persen eee.. Kurang lebih delapanpuluh lima persen ya .. Secara durasi. Jadi apa namanya itu sih yang mendorong.

Yang menjadi pilihan kita adalah fokus menjadi televisi berita dan kita menjanjikan apa yang terbaik buat pemirsa, dan kita jaga terus nilai-nilai yang kita pegang.. Terutama dari yang para pendiri Kompas Gramedia.. E.. Apa namanya yang diajarkan ke kita.. Bahwa independensi itu adalah harga mati. Artinya kita nggak boleh amh..emh.. Ya ... dengan segala hormat ya .. TV-TV lain kan punya patron partai politiknya. Sementara yang boleh dikatakan independen tidak berafiliasi ke partai politik manapun adalah Kompas TV. Nah.. Itulah yang harus dijaga sampai kapanpun. Dan itu menjadi nilai yang tidak pernah lepas dari Kompas TV. Tapi kalo untuk selebihnya tadi bagaimana strategi menghadapi kompetisi.. Ya tadi kita kan membuat pola siaran, kan kita pasti ada faktor eksternal tadi.. Kompetitor main apa sih? Ya.. Kita liat kompetisi main apa.. Lalu kita lemparkan apa yang kira-kira apa yang bisa dimakan sama pasar. Kita tentunya melakukan analisa, melakukan riset, baik melalui data primer maupun sekunder lewat Nielsen maupun dari *survey* langsung gitu ya.. Melihat dari apa *respons* masyarakat dan kebutuhan masyarakat kita lakukan riset.. Ya.. Kita coba inilah *trial* dan *error* gitu.. Dan.. Kita coba lakukan apa-apa yang memang bisa menjadi alternatif buat pemirsa.



Daftar Pertanyaan dan Jawaban  
Wawancara Ferissa Djohan

1. Bagaimana cara ibu untuk menyusun program acara?

Formula dalam program *Indonesia Update* yang tayang di Kompas TV setiap hari Senin sampai Jumat jam 3 – 4 sore adalah kami memainkan sejumlah materi berdasarkan minat penonton selama ini. Yang kami lihat adalah untuk pergerakan *rating sharing* dan ketertarikan penonton biasanya mereka akan stay untuk menonton jika materi berita berisi kekerasan (pemeriksaan, pembunuhan, atau kriminal lainnya) sehingga kami pun terpaksa meletakkan materi tersebut di segmen awal. *Indonesia Update* terdiri dari 5 segmen dan biasanya akan diisi sebagai berikut : segmen 1, kriminal keras, segmen 2, kriminal keras, segmen 3 tata kota, humanis, kemiskinan atau bencana alam, dan segmen 4 serta 5 diisi *features* ringan.

2. Apa upaya yang dilakukan agar mampu memperoleh penonton yang banyak ?

Upaya yang dilakukan adalah mengamati pergerakan *minute by minute interest* penonton sehingga kita bisa mengetahui materi apa saja yang sedang diminati penonton dan mencoba mencari *update* terbarunya sehingga penonton akan terus mengikuti berita tersebut. Selain itu kami juga harus *update* dengan media *online* yang menyiarkan video viral dan mengamati minat *netizen* karena dimasa sekarang ini video viral mampu memberikan *insight* bagi media TV untuk memberikan tayangan yang sama namun kami memberikan *update* terbarunya.

3. Bagaimana cara agar penonton terus menonton Kompas TV?

Caranya dengan membuat tayangan yang berisikan gambar2 dramatis dan cerita yang menarik, sejauh ini *Indonesia Update* jarang memainkan materi politik, kami lebih sering menayangkan *daily news* kriminal dan *features* sehingga mengikuti minat penonton yang menyukai berita peristiwa, utamanya criminal keras, namun tetap berusaha memberikan inspirasi dengan memberikan sebuah solusi atau mengingatkan pihak terkait agar bisa menyelesaikan masalah yang ada di sekitar kita.

4. Apa pembeda berita Kompas TV dengan berita2 di stasiun televisi lain?

Pembeda berita kompastv dengan berita lain adalah kami tidak memiliki stakeholder yang mampu menggiring opini terutama dengan pemilik media yang juga bermain di dunia politik sehingga materi berita kami bebas dari agenda pemilik perusahaan dan mampu memberikan berita paling netral.

5. Dikemas dengan cara bagaimana agar terlihat menarik?

Dikemas dengan beragam cara, namun jika menyempit pada program *Indonesia Update* maka kami berusaha mengemas berita dengan memberikan gambar terbaru, gambar yang dramatis serta menggunakan narasi yang santun serta mengikuti kaidah jurnalistik sebaik mungkin agar tak semakin memberikan pengaruh buruk bagi masyarakat dengan melebih-lebihkan sebuah nilai berita.

6. Berapa perbandingan antara berita *hard news* dan *soft news*-nya?

Jika melihat program Indonesia update maka untuk porsi berita *hardnews* dan *softnews* sudah dijawab di pertanyaan nomor 1

7. Jenis berita apa yang masuk kategori berita *hard news*?

Dalam program kami *hardnews*-nya masuk dalam berita peristiwa dan kriminal serta terkait tata kota

8. Berita yang seperti apa yang layak untuk dijadikan *segment* khusus?

Yang layak dijadikan segmen khusus biasanya jika ada tema tema penting seperti hari pahlawan atau misalkan ada bencana besar sehingga harus dibuatkan segmen khusus agar masyarakat mampu mendapatkan informasi lebih banyak

9. Apakah perolehan hasil *rating* dan *share* sudah memuaskan?

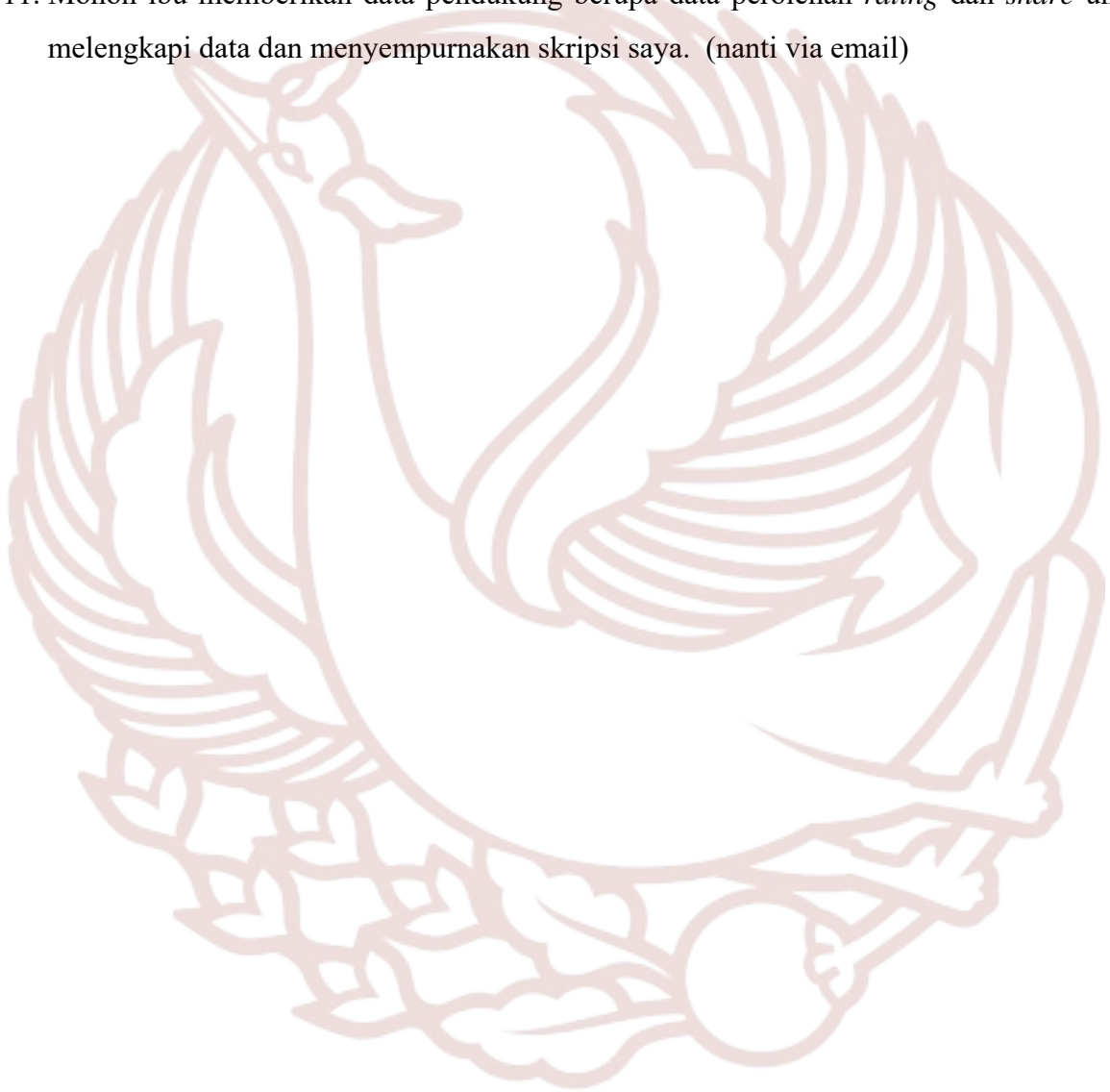
Cukup memuaskan

10. Apa kriteria orang yang membawakan berita ?

(Harus bagaimanakah pembawaan *host* pada program acara berita yang dibawakan?)

Dalam program *Indonesia Update* kriteria *host* yang membawakan acara haruslah mampu berimprovisasi mengingat kami membuat materi *live* yang mengharuskan *host* mengembangkan pertanyaan sehingga pemirsa mendapat informasi lebih mendalam, selain itu harus menarik secara fisik dan luwes dalam membawakan berita

11. Mohon ibu memberikan data pendukung berupa data perolehan *rating* dan *share* untuk melengkapi data dan menyempurnakan skripsi saya. (nanti via email)



Daftar Pertanyaan dan Jawaban  
Wawancara Hardjuno Pramundito

1. Bagaimana cara bapak untuk menyusun program acara?  
Penyusunan program berkaitan dengan programming yang memiliki target terhadap *audiens* tertentu. Dalam hal ini audiens yang dituju memiliki karakter sebagai penonton kelas *upper* dan *middle* +
2. Apa upaya yang dilakukan agar mampu memperoleh penonton yang banyak ?  
Memilih isu / peristiwa yang memiliki keterkaitan erat dengan pemirsa.
3. Bagaimana cara agar penonton terus menonton Kompas TV?  
Sejujurnya tidak ada rumus yang pasti akan loyalitas pemirsa yang sifat nya sangat dinamis. Namun umumnya secara redaksional menguatkan *branding* dan keakuratan maupun independensi dalam penyajian berita.
4. Apa pembeda berita Kompas TV dengan berita2 di stasiun televisi lain?  
Kami menyakinkan pemirsa bahwa tidak ada keberpihakan secara redaksional. Setiap berita yang diturunkan atau dialog yang dilakukan selalu memuat dua belah pihak yang saling bertentangan.
5. Dikemas dengan cara bagaimana agar terlihat menarik?  
Mengutamakan kecepatan dan keakuratan dalam penyajian berita. Menambah informasi secara *update* atau *me-review* secara komprehensif.
6. Berapa perbandingan antara berita *hard news* dan *soft news*-nya?  
99 persen news.



7. Jenis berita apa yang masuk kategori berita *hard news*?

Polhukam.

8. Berita yang seperti apa yang layak untuk dijadikan segment khusus?

Mayoritas Polhukam dalam segmen khusus tersebut.

9. Apakah perolehan hasil *rating* dan *share* sudah memuaskan?

Sejauh ini dalam kategori cukup memuaskan.

10. Apa kriteria orang yang membawakan berita ?

(Harus bagaimanakah pembawaan *host* pada program acara berita yang dibawakan?)

Memiliki wawasan yang baik dan menguasai topik tema dalam membawakan acara/program.

11. Mohon bapak memberikan data pendukung berupa data perolehan *rating* dan *share* untuk melengkapi data dan menyempurnakan skripsi saya.

Untuk TVR secara utuh dapat menghubungi dept R n D KompasTV. Nanti sampaikan dengan permohonan khusus agar mendapat data secara menyeluruh.

## Daftar Pertanyaan dan Jawaban

### Wawancara Pascalis Iswari

#### 1. Bagaimana cara ibu untuk menyusun program acara?

Penyusunan *rundown* untuk program Kompas Dunia:

- Rapat bersama tim, menentukan susunan berita
- Penyusunan berita berdasarkan sumber dari portal berita asing , *Reuters* dan *AFP* (kompas hanya bekerjasama dengan 2 portal berita tersebut, jadi sumber berita internasional hanya didapat dari 2 sumber tadi)
- Setelah disusun, dibagi tugas bersama tim. Rata-rata 1 orang mengerjakan 1 paket dan 7 buah naskah *voice over*

#### 2. Apa upaya yang dilakukan agar mampu memperoleh penonton yang banyak ?

Karena ini adalah televisi, kami akan mengutamakan gambar yang kuat untuk diletakkan di awal program. Dalam berita internasional, gambar yang disukai pemirsa biasanya seputar serangan bom, perang, ataupun unjuk rasa dengan skala besar.

#### 3. Bagaimana cara agar penonton terus menonton Kompas TV?

Memberitakan informasi kredibel, meski kami mendapat gambar dari 2 portal berita, namun cek dan ricek data selalu dilakukan dengan membandingkan beberapa portal berita. (hanya untuk data, untuk video tetap bersumber dari 2 portal tadi)

#### 4. Apa pembeda berita Kompas TV dengan berita2 di stasiun televisi lain?

Diantara televisi berita lain, Kompas TV salah satu TV yang memiliki program khusus berita internasional.

5. Dikemas dengan cara bagaimana agar terlihat menarik?

Rangkaian *rundown* dibuat tidak monoton, dengan memadukan *atmosfer audio*, paket berita, *soundbite* dari tokoh-tokoh penting. Dan dibuat dengan *pace* tinggi.

Kadang kami padukan juga dengan grafis.

6. Berapa perbandingan antara berita *hard news* dan *soft news*-nya?

hard news 70%, soft news 30%

7. Jenis berita apa yang masuk kategori berita *hard news*?

Perang, krisis politik suatu negara, kebakaran, unjuk rasa.

8. Berita yang seperti apa yang layak untuk dijadikan segment khusus?

Berita yang viral dibicarakan di media sosial, memakan korban dengan jumlah besar.

9. Apakah perolehan hasil *rating* dan *share* sudah memuaskan?

Terbilang memuaskan.

10. Apa kriteria orang yang membawakan berita ?

(Harus bagaimanakah pembawaan *host* pada program acara berita yang dibawakan?)

*Host* tidak hanya “membaca” berita yang sudah disiapkan produser, tapi juga memberi nyawa. Sehingga penonton merasa “diceritakan” oleh *host*.

11. Mohon ibu memberikan data pendukung berupa data perolehan *rating* dan *share* untuk melengkapi data dan menyempurnakan skripsi saya.

Untuk ini saya tidak bisa memberikan data, karna data *rating share* biasanya diberikan hanya untuk eksekutif produser

**POLA ACARA  
KOMPAS TV – JAKARTA  
NOVEMBER 2016**  
REVISI 22 - 29/11/2016



Hour (WIB)	Monday 21	Tuesday 22	Wednesday 23	Thursday 24	Friday 25	Saturday 26	Sunday 27	Hour (WIB)
03 30	CERITA HATI (R) (269)							03 30
04 00								04 00
30	R-BO # 237	# 238	# 239 KOMPAS PAGI (LIVE)	# 240	# 241	# 242 KOMPAS PAGI AKHIR PEKAN (LIVE)	# 243	30
05 00								05 00
30								30
06 00								06 00
30	R-BO # 1357	# 1358	# 1359	# 1360 KOMPAS SPORT PAGI (LIVE)	# 1361	R-BO # 535	# 536	30
	R-BO # 1537	# 1538	# 1539	# 1540	# 1541	# 1542	# 1543	
07 00			SAPA INDONESIA PAGI (LIVE)			SAPA INDONESIA PAGI (LIVE)		07 00
30								30
08 00								08 00
30		# 664 BREAKING NEWS (LIVE)	# 665	# 666	# 667	R-BO # 668 DBL - HIGH SCHOOL COMPETITION	# 669 AGUNG PODOMORO GROUP	30
09 00				KOMPAS UPDATE		R-BO # 1	KOMPAS UPDATE	09 00
07	KOMPAS BISNIS (LIVE)	"PEMERIKSAAN PERDANA AHOK TERKAIT KASUS PENISTAAN AGAMA"		KOMPAS BISNIS (LIVE)		INI BARU BERITA (R)	A DAY WITH (R)	07
30	R-BO # 234 BINCANG KITA (LIVE) (BLOCKING BRG)	R-BO # KOMPAS BISNIS (LIVE)	R-BO # 236 SEKITAR KITA (R) "MELUKIS MIMPI GALERIKU"	# 237 "MELUKIS MIMPI GALERIKU"	# 238 PARLEMEN REMAJA (BLOCKING DPR)	"GENERASI SOSMED"	"ANTASARI AZHAR"	30
46	R-BO # 147	R-BO # 235	R-BO # 17	# 19	R-BO #	R-BO # 5	R-BO # 167	
10 00				KOMPAS UPDATE				10 00
02	BERITA UTAMA (R)	ROSI - WAWANCARA DENGAN KAPOLRI (R)	BERITA UTAMA (R)		BERITA UTAMA (LIVE)	NEWS OR HOAX (R)	FOOD STORY	02
30						R-BO # 32 JALAN - JALAN	R-BO # 54 WEEKEND YUK "MALANG"	30
43	R-BO # 20	R-BO #	R-BO # 21	# 22	R-BO # 23	R-BO # 40	R-BO # 149	
11 00				KOMPAS UPDATE				11 00
02				KOMPAS SIANG (LIVE)		A DAY WITH "ANTASARI AZHAR"	KOMPAS SIANG (LIVE)	02
30						R-BO # 167 KOMPAS SIANG (LIVE)	R-BO # 1842 2016 BWF SUPERSERIES PREMIER - HONGKONG OPEN	30
12 00						R-BO # 1841		00
30	R-BO # 1836	# 1837	# 1838	# 1839	# 1840			30
13 00	SAPA INDONESIA SIANG (LIVE)	SAPA INDONESIA SIANG (LIVE)		SAPA INDONESIA SIANG (LIVE)		FIGHT SPORTS MEGAFIGHTS (13) (R)		13 00
25 30								30
14 00						R-BO # 12		00
02						INDONESIAN BOXING CHAMPIONSHIP (13) (R)	(LIVE)	02
30	R-BO # 411 POLRI PROMOTER "INTERPOL INDONESIA"	R-BO # 412 INSPIRASI DARI SENAYAN (BT DPR) "DUA TAHUN JOKOWI JK"	R-BO # 412 JELAJAH THREE ENDS BELITUNG (BLOCKING KPPA)	R-BO # 413 INSPIRASI DARI SENAYAN (BT DPR) "HITAM PUTIH WAKIL PARLEMEN"	# 414 NEWS OR HOAX			30
	R-BO #	R-BO # 8	R-BO #	R-BO # 9	R-BO # 32	R-BO # 13		
15 00				KOMPAS UPDATE				15 00
				INDONESIA UPDATE (LIVE)		SPORTYPEDIA		02
30						R-BO # 16 KITA BISA (2016)		30
	R-BO # 10	# 11	# 12	# 13	# 14	R-BO # 13		
16 00				KOMPAS UPDATE				16 00
	TARGET (R) "PEMERKOSAAN"	BEDAH PERISTIWA "ANAK HARUS DILINDUGI"	BERKAS KOMPAS (R) "BANJIR LAUTAN BANJIR"	JEJAK KASUS (R) "SMK PENGANGGURAN"	BEDAH PERISTIWA "TEROR DI RUMAH IBADAH"	KOMPAS PETANG		



		R-BO # 11	R-BO # 156	R-BO # 246	R-BO # 31	R-BO # 158	(LIVE)		
30	32	KOMPAS PETANG				KOMPAS PETANG			30
17	00	(LIVE)				(LIVE)	R-BO # 1836	R-BO # 3	17
	30					R-BO # 1835	2016 BWF SUPERSERIES PREMIER - HONGKONG OPEN	GP2 SERIES 2016	30
18	00	R-BO # 1831	# 1832	# 1833	# 1834			"YAS MARINA, ABU DHABI"	18
	30	KOMPAS SPORT (LIVE)		KOMPAS SPORT (LIVE)			(SEMI FINAL)	KOMPAS PETANG (LIVE)	30
		R-BO # 1476	# 1477	# 1478	R-BO # 1479			R-BO # 1837	
19	00	KOMPAS UPDATE				(QUARTER FINAL)	(LIVE)	BERITA UTAMA (LIVE)	19
	02	ROSI - WAWANCARA DENGAN KAPOLRI	BERITA UTAMA (LIVE)	LIVE REPORT I (LIVE)					02
	30	R-BO #		R-BO # 203	# 204	(LIVE)		R-BO # 23	30
20	00	KOMPAS UPDATE						BIG BANG	20
	02	AIMAN	BERITA UTAMA (LIVE)	MENCARI PEMIMPIN (PILKADA SERENTAK)					02
	30	R-BO # 92	R-BO # 21	R-BO # 22	R-BO # 4			R-BO # 52	30
21	00	KOMPAS UPDATE							21
	02	KOMPAS MALAM (LIVE)						KOMPAS MALAM (LIVE)	02
	30	R-BO # 1849	# 1850	# 1851	# 1852	R-BO # 1	R-BO # 2	R-BO # 1853	30
22	00	KOMPAS UPDATE							22
	02	SATU MEJA (LIVE)	BERKAS KOMPAS "BANDUNG LAUTAN BANJIR" R-BO # 246	BEDAH PERISTIWA "MAUT DI JALUR PENYEBRANGAN TKI" R-BO # 157	DUA ARAH (LIVE)	BEDAH PERISTIWA (R) "TEROR DI RUMAH IBADAH" R-BO # 158	JEJAK KASUS (R) "SMK PENGANGGURAN" R-BO # 31	STAND UP SERU "LAMPUNG 2"	02
	30	R-BO # 167	JEJAK KASUS "SMK PENGANGGURAN" R-BO # 31	SINGKAP "PEMIMPINZ JAKARTA BAG.1" R-BO # 8	R-BO # 35	INDONESIAN BOXING CHAMPIONSHIP (13)	RING OF FIRE ADVENTURE "STAGE RETURN TO THE EAST"	R-BO # 232	30
23	00	KOMPAS UPDATE							23
	02	KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)						KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)	02
	30	R-BO # 449	# 450	# 451	# 452	R-BO # 13	R-BO # 17	R-BO # 455	30
		KOMPAS DUNIA (LIVE)				KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)		KOMPAS DUNIA (LIVE)	
		R-BO # 337	# 338	# 339	# 340	R-BO # 453	# 454	R-BO # 343	
00	00	KILAS KOMPAS (LIVE)				KOMPAS DUNIA (LIVE)		KILAS KOMPAS (LIVE)	00
	30	R-BO # 547	# 548	# 549	# 550	R-BO # 341	# 342	R-BO # 553	30
		TARGET (R) "PEMERKOSAAN" R-BO # 11	BEDAH PERISTIWA (R) "ANAK HARUS DILINDUNGI" R-BO # 156	BERKAS KOMPAS (R) "BANJIR LAUTAN BANJIR" R-BO # 246	JEJAK KASUS (R) "SMK PENGANGGURAN" R-BO # 31	KILAS KOMPAS (LIVE)		BEDAH PERISTIWA (R) "ANAK HARUS DILINDUNGI" R-BO # 156	
01	00	KOMPAS MALAM (R)				SINGKAP (R)		KOMPAS MALAM (LIVE)	01
	30					TARGET (R)			30
		R-BO # 1849	# 1850	# 1851	# 1852	R-BO # 10	# 22	R-BO # 1853	
02	00	KOMPAS DUNIA (R)					STAND UP SERU (R)	FIGHT SPORTS MEGAFIGHTS (R)	02
	30	R-BO # 337	R-BO # 338	# 339	# 340	# 341	"LAMPUNG 1"	"MAYWEATHER V HATTON"	08
		AIMAN (R)	BERKAS KOMPAS (R) "BANJIR LAUTAN BANJIR" R-BO # 246	BEDAH PERISTIWA (R) "MAUT DI JALUR PENYEBRANGAN TKI" R-BO # 157	DUA ARAH (R)	INDONESIAN BOXING CHAMPIONSHIP (R)			30
03	00		JEJAK KASUS (R) "SMK PENGANGGURAN" R-BO # 31	SINGKAP (R)			R-BO # 231	R-BO # 7	03
		R-BO # 92		R-BO # 8	R-BO # 35	R-BO # 13	SPORTYPEDIA (R)	OTODRIVE (R)	00
							R-BO # 16	R-BO # 42	

LOCAL PROGRAM
PROGRAM BARU
MATCH & RACE
PERUBAHAN PROGRAM
BLOCKING TIME
SPECIAL PROGRAM

POLA ACARA  
KOMPAS TV – JAKARTA  
DESEMBER 2016  
REVISI 7 - 09/12/2016



Hour (WIB)		Monday 26	Tuesday 27	Wednesday 28	Thursday 29	Friday 30	Saturday 31	Sunday 1	Hour (WIB)			
03	30	CERITA HATI (R) (269)								03	30	
04	00									04	00	
	30	R-BO # 3	# 4	# 5 KOMPAS PAGI (LIVE)	# 6	# 7	# 8 KOMPAS PAGI AKHIR PEKAN (LIVE)	# 9		30		
05	00									05	00	
	30										30	
06	00	R-BO # 1382	# 1383	# 1384	# 1385 KOMPAS SPORT PAGI (LVE)	# 1386	R-BO # 545	# 546		06	00	
	30	R-BO # 1572	# 1573	# 1574	# 1575	# 1576	# 1577	# 1578		30		
07	00	SAPA INDONESIA PAGI					SAPA INDONESIA PAGI (LIVE)			07	00	
	30										30	
08	00									08	00	
	30	R-BO # 696	# 697	# 698	# 699	# 700	R-BO # 701 WEEKEND YUK (R)	# 702 AGUNG PODOMORO GROUP		30		
	58						R-BO # 153	R-BO # 243				
09	00	KOMPAS UPDATE					KOMPAS UPDATE			09	00	
	02	KOMPAS BISNIS (LIVE)					FIGHT SPORTS MEGAFIGHTS (13) (R)		FENGSHUI DAN BANGUNAN (BLOCKING DEPO BANGUNAN) R-BO # 4		02	
	30	R-BO # 253	# 254	# 255	# 256	# 257			CATATAN CHEF ARNOLD (R)	30		
	46	R-BO # 157	# 158	# 159	# 160	# 161	R-BO # 12	R-BO # 2				
10	00	KOMPAS UPDATE								10	00	
	02	BERITA UTAMA (R)	BERITA UTAMA PAGI (LIVE)	BERITA UTAMA (R)			FOOD STORY (R)		FOOD STORY	02		
	30						R-BO # 57 JALAN - JALAN	R-BO # 58 WEEKEND YUK		30		
	43	R-BO # 35	R-BO # 5	R-BO # 36	# 37	# 38	R-BO # 45	R-BO # 154				
11	00	KOMPAS UPDATE								11	00	
	02	KOMPAS SIANG (LIVE)					A DAY WITH		MENU LOKAL		02	
	30								R-BO # 14 NEWS OR HOAX (R)	30		
							R-BO # 172	R-BO # 37				
12	00						KOMPAS SIANG (LIVE)			12	00	
	30										30	
		R-BO # 1867	# 1868	# 1869	# 1870	# 1871	# 1872	# 1873				
13	00	SAPA INDONESIA SIANG			SAPA INDONESIA SIANG		SAPA INDONESIA SIANG		THE INTERVIEW WITH TUKUL (R)	KONSER GLENN FREDLY: MENANTI	13	00
	25									"PART 2"		
	30	(LIVE)			(LIVE)		(LIVE)		R-BO # 3		30	
14	00										14	00
	02								NEWS OR HOAX (R)		02	
	30						R-BO # 437 NEWS OR HOAX	R-BO # 37 JURU BICARA (R)	R-BO # 2	JURU BICARA	30	
		R-BO # 433	# 434	# 435	R-BO # 436	R-BO # 37						
15	00	KOMPAS UPDATE									15	00
		INDONESIA UPDATE									02	
	30	(LIVE)									30	

16	00	<div>R-BO # 32</div> TARGET (R)	<div># 33</div> BEDAH PERISTIWA	<div># 34</div> BERKAS KOMPAS (R)	<div># 35</div> JEJAK KASUS (R)	<div># 36</div> BEDAH PERISTIWA	<div>R-BO # 2</div> RING OF FIRE ADVENTURE "STAGE RETURN TO THE EAST" (R)	<div>R-BO # 3</div> KOMPAS SEPEKAN	16	00	
	30	<div>R-BO # 10</div>	<div>R-BO # 170</div>	<div>R-BO # 250</div>	<div>R-BO # 36</div>	<div>R-BO # 172</div>		<div>R-BO # 6</div>	<div>R-BO # 52</div>	30	
17	00	(LIVE)						<div>KOMPAS PETANG</div>	17	00	
	30							(LIVE)		30	
18	00	<div>R-BO # 1863</div>	<div># 1864</div>	<div># 1865</div>	<div># 1866</div>	<div># 1867</div>	<div># 1868</div>	<div># 1869</div>	18	00	
	30	<div>KOMPAS SPORT (LIVE)</div>						<div># 1506</div>	<div># 1507</div>	30	
19	00	<div>R-BO # 1501</div>	<div># 1502</div>	<div># 1503</div>	<div># 1504</div>	<div># 1505</div>	<div># 1506</div> <div># 1507</div>		19	00	
	02	<div>LIVE REPORT ! (LIVE)</div>	<div>BERITA UTAMA</div>	<div>LIVE REPORT ! (LIVE)</div>				<div>CATATAN AKHIR TAHUN KASUS JESSICA</div>	<div>BERITA UTAMA</div>	02	
	30		<div>(LIVE)</div>					<div>(LIVE)</div>	<div>(LIVE)</div>	30	
20	00	<div>R-BO # 217</div>		<div>R-BO # 218</div>	<div># 219</div>	<div># 220</div>	<div>R-BO #</div>	<div>R-BO # 39</div>	20	00	
	02	<div>AIMAN</div>		<div>BERITA UTAMA (LIVE)</div>	<div>CATATAN AKHIR TAHUN (LIVE)</div>		<div>AIMAN (R)</div>	<div>BIG BANG</div>	02		
	30	<div>R-BO # 97</div>	<div>R-BO # 36</div>	<div>R-BO # 37</div>	<div># 38</div>	<div>R-BO # 2</div>	<div>R-BO # 97</div>	<div>R-BO # 56</div>	30		
21	00	<div>KOMPAS UPDATE</div>						<div>KOMPAS UPDATE</div>		21	00
	02	<div>KOMPAS MALAM (LIVE)</div>						<div>SAPA TAHUN BARU</div>	<div>KOMPAS MALAM (LIVE)</div>	02	
	30	<div>R-BO # 1882</div>	<div># 1836</div>	<div># 1837</div>	<div># 1838</div>	<div># 1839</div>		<div>R-BO # 1840</div>	30		
22	00	<div>KOMPAS UPDATE</div>						<div>KOMPAS UPDATE</div>		22	00
	02	<div>SATU MEJA</div>	<div>BERKAS KOMPAS</div>	<div>BEDAH PERISTIWA</div>	<div>CATATAN AKHIR TAHUN (LIVE)</div>		<div>JURU BICARA</div>	<div>THE INTERVIEW WITH TUKUL</div>	02		
	30		<div>R-BO # 250</div> <div>JEJAK KASUS</div>	<div>R-BO # 171</div> <div>SINGKAP</div>					30		
23	00	<div>R-BO # 172</div>	<div>R-BO # 36</div>	<div>R-BO # 13</div>	<div>R-BO # 1</div>			<div>R-BO # 4</div>	23	00	
	02	<div>KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)</div>					<div></div>	<div>KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)</div>	02		
	30	<div>R-BO # 484</div>	<div># 485</div>	<div># 486</div>	<div># 487</div>	<div>R-BO # 2</div> <div>KOMPAS SPORT MALAM (LIVE)</div>		<div>R-BO # 489</div> <div>KOMPAS DUNIA (LIVE)</div>	30		
00	<div>R-BO # 372</div>	<div># 373</div>	<div># 374</div>	<div># 375</div>	<div>R-BO # 488</div> <div>KOMPAS DUNIA (LIVE)</div>	<div>R-BO # 377</div> <div>KILAS KOMPAS (LIVE)</div>		00			
00	00	<div>KILAS KOMPAS (LIVE)</div>				<div>KOMPAS DUNIA (LIVE)</div>	<div>R-BO #</div>	<div>R-BO # 587</div> <div>BEDAH PERISTIWA (R)</div>	00		
	30	<div>TARGET (R)</div>	<div>BEDAH PERISTIWA (R)</div>	<div>BERKAS KOMPAS (R)</div>	<div>JEJAK KASUS (R)</div>	<div>KILAS KOMPAS (LIVE)</div>		30			
		<div>R-BO # TBA</div>	<div>R-BO # 170</div>	<div>R-BO # 250</div>	<div>R-BO # 36</div>	<div>R-BO # 586</div>		<div>R-BO # 172</div>			
01	00	<div>KOMPAS MALAM (R)</div>					<div>RISE OF THE ECOWARRIORS (R)</div>	<div>KOMPAS MALAM (LIVE)</div>	01	00	
	30	<div>R-BO # 1882</div>	<div># 1883</div>	<div># 1884</div>	<div># 1885</div>	<div># 1886</div>		<div># 1840</div>	30		
02	00	<div>KOMPAS DUNIA (R)</div>						<div>FIGHT SPORTS MEGAFIGHTS (13) (R)</div>		02	00
	30	<div>R-BO # 372</div> <div>AIMAN (R)</div>	<div>R-BO # 373</div> <div>BERKAS KOMPAS (R)</div>	<div># 374</div> <div>BEDAH PERISTIWA (R)</div>	<div># 375</div> <div>CATATAN AKHIR TAHUN (R)</div>	<div># 376</div> <div>FIGHT SPORTS MEGAFIGHTS (13) (R)</div>			08		
			<div>R-BO # 250</div> <div>JEJAK KASUS (R)</div>	<div>R-BO # 171</div> <div>SINGKAP (R)</div>			<div>R-BO #</div>	<div>R-BO # 13</div> <div>SOCIAL EXPERIMENT (R) (9)</div>	03		
03	00	<div>R-BO # 97</div>	<div>R-BO # 36</div>	<div>R-BO # 13</div>	<div>R-BO # 1</div>	<div>R-BO # 11</div>	<div>R-BO # 37</div>	<div>R-BO #</div>			

LOCAL PROGRAM
PROGRAM BARU
MATCH & RACE
PERUBAHAN PROGRAM
BLOCKING TIME
SPECIAL PROGRAM

Competitive Programming Map

Week : 1741 (08 - 14 Oktober 2017)

Target Pemirsa : UPPER 15+ (10 KOTA)Universe: 13,343,185 Sample: 1,836

Senin09 Oktober 2017

	KOMPASTV	METRO	TVONE	INEWSTV	RTV	NET	RCTI	SCTV
	2.18	2.09	5.82	0.67	3.80	3.67	15.36	12.06
2:00	Kompas Malam(F05) L ('0.05/1.6)	Syar Kemuliaan L3 ('0.43/14.35)	One Pride Mma Indonesian Mix(R ('0.2/8.09)	Ufc ('0.01/0.41	Risalah Hati(R) ('0.27/9.04)	Off Broadcast ('0/0	Euro Q Fwc:Germany Vs Azerba(L ('0.45/20.09	Potret Menembus Batas(F06) ('0.68/23.47)
2:30	The Interview With Tukul Arw L ('0.14/6.91	Art Insight L3 ('0.33/13.95)		Sidik Kasus ('0/0.2	Movinesia SUSTER CANTIK PERAWAT CINT ('0/0.19			SINEMA ('0.65/33.18
3:00		Opsi L3 ('0.08/4.36			Fakta(R) ('0.15/9.05	Break Out(R) ('0/0	Euro Q Fwc:Lithuania Vs Englan ('0.45/20.31	Indahnya Kebersamaan ('0.45/20.45)
3:30	Cerita Hati(R) ('0.03/1.58	Syiar Kemuliaan ('0.1/4.31)	Tafsir Kehidupan(R) ('0.25/11.08)	Majelis Az-Zikra ('0.02/0.74	Lensa Indonesia Pagi ('0.08/2.62			86(R) ('0/0)
4:00	Kompas Pagi ('0.08/1.68		Metro Pagi Primetime ('0.03/0.51)	Kabar Pagi ('0.25/5.41	Inews Update ('0.02/0.64)	Turn Back Crime Menumpas Kej(R ('0/0)	Net.5 ('0.13/2.77	Seputar Indonesia Pagi ('0.56/13.97
5:00		Inews International ('0.03/0.91)		Inews Sport Pagi ('0.14/2.26)	Cloud Bread ('0.22/3.82)	Indonesia Morning Show ('0.06/0.89	Go Spot ('0.95/14.94	Flash Today ('0.72/11.21)
5:30								
6:00		Kompas Sport Pagi ('0.17/2.53)		Apa Kabar Indonesia Pagi ('0.37/5.41	Wajah Indonesia ('0.03/0.37)	Hi-5 ('0.37/5.22)	Pagi Pagi ('0.13/1.97	SINEMA ('0.68/10.59
7:00	Sapa Indonesia Pagi ('0.13/1.94	Editorial Media Indonesia ('0.11/1.51	Kabar Arena Pagi ('0.13/2)	Mnc Shop ('0/0	Seleb.Kom ('0.25/3.88)	Sarah Sechan ('0.14/2.12	Film Keluarga NOBITA'S MERMAID LEGEND ('0.47/7.13	Status Selebritis ('1.01/15.04
7:30		Selamat Pagi Indonesia ('0.1/1.58		Indonesia Plus ('0.1/1.58)	Buka Mata Buka Hati(R) ('0.26/4.27)			
8:00	Kompas Bisnis(F04) ('0.21/3.3)	Xinwen ('0.11/1.6)	Kabar Pasar ('0.05/0.82)	Intermezzo ('0/0.04	Series Doctors ('0.55/7.42	Intens ('1.38/17.28	Silet ('2.52/29.26)	Liputan 6 Siang ('0.87/8.89)
9:00			Inspirasi ('0.05/0.66)	Coffee Break ('0.03/0.47)	Special Report(F04) ('0/0.06			
10:00	Opini ('0.05/0.59	Metro Plus ('0.06/0.77)	Bedah Kasus ('0.05/0.57)	Police Line ('0/0.05)	Lensa Indonesia Siang ('0.49/5.52)	Entertainment E ('0.18/1.93	Seputar Indonesia Siang ('2.47/25.6)	SINEMA ('1.32/13.97
10:30	Kompas Siang ('0.14/1.44	Metro Siang ('0.16/1.71			Inews Siang ('0.05/0.48		Hi-5 ('0.69/7.09)	
11:00		Sapa Indonesia Siang ('0.12/1.23	News Line ('0.08/0.81	Ayo Hidup Sehat ('0.43/4.36	Omg ('0.11/1.09	Rainbow Ruby ('0.94/9.34	Break Out ('0.22/2.27	Dahsyat(C06) ('0.75/7.54
11:30	Kabar Pasar ('0.52/5.17			Gps ('0.06/0.7)		Regal Academy ('0.34/3.5		
12:00	Indonesia Update ('0.39/4.19	Metro Bisnis ('0.11/1.09)	Liga2:Martapura Vs Persija(L) ('0.35/3.62	Inspirasi Sore ('0.09/0.99	Hi-5 ('0.69/7.09)	Ok Food ('0.69/7.61)	Seputar Indonesia ('0.54/5.67)	Series Dia ('1.91/12.05)
12:30			Bedah Peristiwa ('0.26/2.64)	Top(E04) ('0.03/0.36)	Jakarta Today ('0.03/0.33)			
13:00	Kompas Petang ('0.65/4.61	Metro Hari Ini ('0.39/2.74)	Kabar Petang ('1.22/8	Inews Petang ('0.04/0.27	Cloud Bread ('0.26/2.61)	Net.16 ('0.18/1.86)	Series Top Tukang Ojek Pengkolan ('1.86/18.08	Series Tuhan Ada Di Mana-Mana ('2.75/12.68)
13:30					Berita Utama ('0.5/2.51)		Prime Time News ('0.4/1.9	
14:00	Sapa Indonesia Malam ('0.41/1.88	Prime Talk ('0.72/3.29)	Apa Kabar Indonesia Malam ('1.13/5.59)	Inews Sport ('0.02/0.13)		Robocar Poli ('0.62/4.14		Cinta Dan Rahasia Season 2 ('0.54/3.48
14:30					Aiman(F06) ('0.53/2.58	Opsi ('0.27/1.34	Inews Prime ('0.06/0.29	
15:00	Kompas Malam(F05) ('0.38/1.91	President'S Corner ('0.51/2.52)	Fakta ('0.32/1.83	Inews Malam ('0.1/0.51	Tayo The Little Bus ('0.93/4.28	Series Ok Jek 2 ('1.43/6.47	Dunia Terbalik ('4.94/24.82)	Series Dia ('1.91/12.05)
15:30					Top News ('0.59/3.3)			
16:00	Satu Meja ('0.28/1.91	Eagle Awards The Finalist ('0.26/2.14)	Kabar Hari Ini(F04) ('0.42/3.92	Ufc ('0.16/2.19)	Series Balada Cinta The Series ('0.11/1.17	Tonight Show ('0.18/1.93	Film Box Office Indonesia TOBA DREAMS SEBUAH JANJII CI ('0.91/13.1	Liputan 6 Malam ('0.72/14.03)
16:30	Kompas Sport Malam ('0.15/1.54)	Realitas ('0.13/1.36)	Kabar Arena ('0.48/5.75)	One Pride Mma Indonesian Mix(R ('0.33/6.33	Lensa Indonesia Malam ('0.08/1.14)	Net.24 ('0.19/2.73)		
16:30	Kompas Dunia ('0.08/0.91)	Metro Sport ('0.34/4.05)	Kabar Dunia ('0.36/5.09)		Cermin Hati ('0.07/1.16)	Net. Soccer ('0.2/3.13)	Break Out(R) ('0.19/3.98	Liputan 6 Malam ('0.72/14.03)
17:00	Kilas Kompas ('0.03/0.39)	Metro Malam ('0.13/1.93	One Pride Mma Indonesian Mix(R ('0.33/6.33	Lejel Home Shopping ('0.07/1.49	Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
17:30	Berita Utama L ('0.04/0.74	World News ('0.05/0.95)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)			SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75	
18:00	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)	Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75			
18:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
19:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
19:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
20:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
20:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
21:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
21:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
22:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
22:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
23:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
23:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
0:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
0:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
1:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
1:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
2:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
2:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
3:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
3:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
4:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
4:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
5:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
5:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
6:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
6:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
7:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
7:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
8:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
8:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
9:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
9:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
10:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
10:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
11:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
11:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
12:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
12:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
13:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
13:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
14:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
14:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
15:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
15:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
16:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
16:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
17:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
17:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
18:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
18:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
19:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
19:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
20:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
20:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
21:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
21:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
22:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
22:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
23:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
23:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)		SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75		
0:00			Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)		Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)	SCTV FTV Utama GARA GARA RAMALAN CINTA ('0.69/8.75
0:30	Kompas Malam(F05) L ('0.08/1.83)	Primetime News L3 ('0.19/4.65)		Euro Q Fwc:Albania Vs Italy(L) ('0.28/6.71)				

- Note : Khusus program Kompas Pagi & Kompas Sport Pagi menggunakan TVR/Share market Jakarta
- Arsir Merah Muda menunjukkan share tertinggi diantara TV berita : Kompas TV, TV One, Metro, Inews TV
- Arsir Biru menunjukkan share tertinggi diantara semua TV
- Yang dilingkari menunjukkan program baru (untuk program stripping dilingkari selama 2 minggu, weekly selama 4 minggu)



Competitive Programming Map

Week : 1741 (08 - 14 Oktober 2017)

Senin

09 Oktober 2017

Target Pemirsa : UPPER 15+ (10 KOTA) Universe: 13,343,185 Sample: 1,836

	TRANS	TRANS7	MNCTV	IVM	GTV	ANTV	TVRI1			
	7.33	8.08	6.17	15.75	2.65	11.44	0.96			
2:00	SINEMA '0.01/0.21 Oh Ternyata(A01) '0/0.14	Off Broadcast '0/0	HIMMATWALA ('0.01/0.44)	Stand Up Academy 3(R) '0.54/21.03	Euro Q Fwc:Norway Vs N Irela(L '0.01/0.38	Jalan Ke Surga ('0.01/0.31)	Off Broadcast '0/0	2:00		
2:30			Midnite Great Sale ('0.02/0.68)			Ekspedisi Merah(R) '0.04/1.93		2:30		
3:00			Tv Champion(R) '0/0.27			Tuyul & Mbak Yul(R) ('0.01/0.29)		3:00		
3:30	Generator Rex '0/0.14	Jazirah Islam ('0.06/2.37)	Siraman Qalbu ('0.04/1.87)	Patroli Malam ('0.34/19.55)	Buletin Indonesia Pagi '0.12/5.47	Selamat Pagi Nusantara '0.16/7.9	Jalan Jalan(E04) ('0.03/1.3)	3:30		
4:00	The Amazing World Of Gumball '0.03/1.37)			Fokus Malam ('0.38/22.15)				4:00		
4:30	Ben 10 ('0.03/1.27)			Penyejuk Imani ('0.45/20.49)				4:30		
5:00	Islam Itu Indah '0.86/16.49	Musafir ('0.19/6.25)	Sofia The First ('0.12/3.82)	Fokus Pagi '0.41/11.21	Dragon Ball '0.03/1	Curious George(R) ('0.26/9.05)	Serambi '0.18/4.38	5:00		
5:30		Khazanah ('0.76/16.85)	Mickey And The Roadster Racers '0.05/0.99)			Munki And Trunk(R) '0.35/6.75		5:30		
6:00		Redaksi Pagi '0.8/12.82	Handy Manny ('0.24/3.82)			Mamah& Aa' Beraksi '1.44/21.73	Blaze And The Monster Machines '0.03/0.47	Masha And The Bear(D03)(R) '0.28/4.21	Indonesia Pagi '0.3/4.78	6:00
6:30	Insert Pagi '0.88/13	Shaun The Sheep ('0.19/3.08)	Paw Patrol ('0.06/0.97)	6:30						
7:00		Selamat Pagi Upin & Ipin '0.78/11.34		Kung Fu Panda Legends Of Aweso '0.16/2.28	Semangat Pagi '0.05/0.7					7:00
7:30		Cnn Indonesia Good Morning '0.72/10.65	Series Cermin Kehidupan '0.64/10	World'S Deadliest '0.12/1.84		Series Kecil-Kecil Mikir Jadi Mante(R) '0.45/6.69	7:30			
8:00	Pagi Pagi Pasti Happy '0.54/8.22	Series Seribu Kisah '0.48/7.06	Shaun The Sheep '0.6/9.41	Rimba Pemburu '0.17/2.56	Obsesi ('0.19/2.42)	Poin Prestasi Olahraga Indones '0.04/0.58)	8:00			
8:30		Doeloe Sekarang ('0.52/6.7)	PENEBAR RANJAU PAKU '0.39/5.15)				Kiss Pagi(Kisah Seputar Selebr '1.33/17.15)	Halo ('0.03/0.39)	8:30	
9:00						Cctv '0.42/5.08	Patroli '1.25/14.62	Negeri Indonesia ('0.05/0.72)	9:00	
9:30	Bioskop Spesial Imlek DRONE PENGIKAT HATI '0.33/3.83	Selebrita Siang '0.33/3.61	Seleb On News ('0.53/6.08)	Sinema Siang SUAMIKU EGOIS '1.38/13.93	Buletin Indonesia Siang '0.18/2.08	Buah Hatiku Sayang '0.03/0.35)	9:30			
10:00		Redaksi Siang ('0.77/7.86)	Lintas Siang ('0.14/1.43)	Sinema Sore AKU KEMBALIKAN SUAMIKU UNTU '1.92/17.46	Series Warkop Dki The Series '0.2/2.08	Indonesia Membangun '0.03/0.3)	10:00			
10:30		Laptop Si Unyil ('1.28/12.38)	Upin & Ipin ('0.78/7.79)		Series Nakusha '1.77/19.01		Kuliner ('0.06/0.66)	10:30		
11:00	Insert (Informasi Selebriti) '0.56/5.63	Si Bolang Bocah Petualang '1.19/12.1)	Asj '0.97/9.95		Sinema Sore ISTRIKU SAKIT, AKU TERPAKSA '1.92/20.3	Preman Pensiun ('0.33/3.37)	Indonesia Siang '0.11/1.1	11:00		
11:30	Brownis Obrowlan Manis '1.72/17.47	Dunia Binatang ('1.02/10.51)		Layar Keluarga MENIPU WANITA PENIPU '0.37/3.9			Goblin ('0.28/2.94)	Series Bidaai '1.19/11.95	Buatan Indonesia ('0.16/1.67)	11:30
12:00	Cnn Indonesia Viral '1.04/10.48)	Tau Gak Sih ? ('1.34/13.82)							Sinema Sore AKU KEMBALIKAN SUAMIKU UNTU '1.92/17.46	Series Warung Kopi Dki '0.2/2.08
12:30	Sketsa ('0.42/4.65)	Redaksiana ('1.26/14.14)	Sinema Sore AKU KEMBALIKAN SUAMIKU UNTU '1.92/17.46		Series Jeany & Soun Miun '0.37/2.88	Pesbukers(C10) '1.01/9.14		Dialog ('0.11/1.1)		
13:00	Katakan Putus '0.99/10.72	Jejak Petualang ('1.52/15.92)		Lintas Petang ('0.3/3.15)			Movie Special NARUTO SHIPPUDEN THE MOVIE '0.4/2.11	Indonesia Hari Ini '0.11/1	Tvri Sport ('0.08/0.94)	13:00
13:30	Rumpi No Secret '1.23/11.78	Indonesiaku ('1.06/11.2)	Shaun The Sheep ('0.24/2.47)		Sinema Indonesia Spesial Lebaran THE FAST AND THE FURIOUS '0.54/2.56	Series Jodoh '2.72/12.95			Buah Hatiku Sayang '0.11/1.13)	13:30
14:00		Redaksi Sore '1.24/11.53	Minute To Win It Indonesia '0.81/5.75	Stand Up Academy 3 '2.22/13.78			Series Nadin '1.09/11.37	Indonesia Malam '0.13/0.61	14:00	
14:30		Rumah Uya '1.74/11.28	On The Spot(E04) '1.98/8.97		Stand Up Academy 3 '2.22/13.78	Big Movies Platinum ARMOUR OF GOD '0.66/4.09		Series Cantik-Cantik Kucing Dapur '2/12.03	Surat Dari Desa ('0.3/1.58)	14:30
15:00	Film Bioskop Trans TV ESCAPE PLAN '1.07/5.08	Indonesiaiaku ('1.06/11.2)	Upin & Ipin Bermula '1.14/5.17	Big Movies Platinum DAWN OF THE DEAD '0.38/4.7			Series Jodoh(R) '0.52/7.78		A To Z ('0.16/0.76)	15:00
15:30		Redaksi Malam ('0.58/7.74)	Series Kuasa Ilahi '1.27/6.14		Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Euro Q Fwc:Wales Vs R Irelan(L '0.03/0.73)		Jalan Ke Surga '0.59/12.84	Indonesia Malam '0.06/0.92	15:30
16:00		Bombastis '0.57/2.81	Kontroversi ('0.41/4.54)	Series Mahabharata '1.17/5.96			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15		Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92
16:30	Film Bioskop Trans TV THE EXPENDABLES 2 '1.03/6.36	Series Apa Kata Dunia '0.73/4.08	Ting Ting Kul Show '0.9/6.55	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92		16:30		
17:00		Ternyata '0.39/3.28	Series Jodha Akbar '0.44/5.45			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	17:00	
17:30		Kontroversi ('0.41/4.54)	Series Jodha Akbar '0.44/5.45	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78			Indonesia Malam '0.06/0.92	17:30	
18:00	Film Bioskop Trans TV KICKBOXER '0.81/10.14	Redaksi Malam ('0.58/7.74)	Lintas Malam ('0.4/6.75)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	18:00	
18:30		Sport 7 ('0.56/8.37)	Midnite Great Sale ('0.3/6.25)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78			Indonesia Malam '0.06/0.92	18:30	
19:00		Off Broadcast ('0/0)	Serial ('0.61/14.87)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	19:00	
19:30	Cnn Indonesia Night News ('0.25/3.97)	Top 20 Funniest '0.15/2.75	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92			19:30		
20:00		Off Broadcast ('0/0)			Serial ('0.61/14.87)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	20:00	
20:30		Tanpa Batas ('0.11/2.13)	Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78			Indonesia Malam '0.06/0.92	20:30	
21:00	Cnn Indonesia Sports ('0.14/3.27)	Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15			Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	21:00		
21:30		Off Broadcast ('0/0)		Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78		Indonesia Malam '0.06/0.92	21:30		
22:00		Ethnic Runaway ('0.09/2.32)	Off Broadcast ('0/0)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	22:00	
22:30	Cnn Indonesia Sports ('0.14/3.27)	Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92			22:30		
23:00		Off Broadcast ('0/0)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	23:00		
23:30		Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78			Indonesia Malam '0.06/0.92	23:30		
0:00	Cnn Indonesia Night News ('0.25/3.97)	Off Broadcast ('0/0)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	0:00		
0:30		Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78			Indonesia Malam '0.06/0.92	0:30		
1:00		Tanpa Batas ('0.11/2.13)			Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	1:00	
1:30	Cnn Indonesia Sports ('0.14/3.27)	Off Broadcast ('0/0)	Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92			1:30		
	Ethnic Runaway ('0.09/2.32)	Off Broadcast ('0/0)			Stand Up Academy 3(R) '1.47/25.15	Series Jodoh(R) '0.52/7.78	Indonesia Malam '0.06/0.92	1:30		

## DAILY SHARE

CHN	SHARE 09/10/2017	(+/-) PREV DAY
KOMPAS TV	2.18	0.49
METRO	2.09	-0.04
TVONE	5.82	1.57
INEWS TV	0.67	0.08

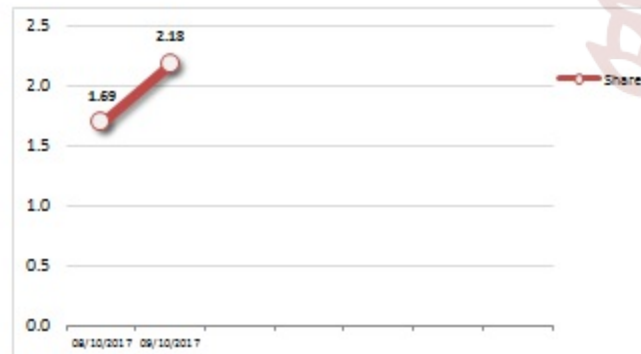
## AVERAGE AUDIENCE SHARE

08/10/2017 to 09/10/2017

CHN	SHARE	(+/-) PREV WEEK <sup>1</sup>
KOMPAS TV	1.93	-0.28
METRO	2.11	-0.13
TVONE	5.00	-1.51
INEWS TV	0.63	-0.26

<sup>1</sup> Prev Week on the same days

## KOMPAS TV TREND DAILY SHARE



## KOMPAS TV SHARE BY DAYPART

DAYPART	SHARE 09/10/2017	(+/-) PREV DAY
ALL DAYPART	2.18	0.49
04:30 - 06:59	2	-0.63
07:00 - 10:59	1.57	0.8
11:00 - 12:59	1.46	0.09
13:00 - 14:59	1.23	-0.46
15:00 - 16:29	3.63	2.04
16:30 - 18:59	3.58	1.77
19:00 - 20:59	2.21	0.69
21:00 - 21:59	1.89	0.92
22:00 - 22:59	1.87	0.08
23:00 - 24:29	1	-3.13
24:30 - 04:29	2.08	-1.1

## KOMPAS TV SHARE BY CITIES

DAYPART	SHARE 09/10/2017	(+/-) PREV DAY
10 CITIES	2.18	0.49
JKT	1.45	0.33
SBY	3.37	0.56
YGY	6.24	3.53
BDG	3.28	0.44
SMG	1.62	-1.02
PLB	2.7	1.58
MKS	4.38	1.22
DPS	6.52	3.33
BJMN	0.29	-0.51
SRKT	3.78	-0.64

## Note :

Share Kompas TV tanggal 09/10/2017 adalah sebesar 2.18 meningkat sebesar 0.49. Secara perhitungan daypart, peningkatan terbesar terjadi pada slot 15:00 - 16:29 sebesar 2.04 dan penurunan terbesar terjadi pada slot 23:00 - 24:29 sebesar -3.13. Untuk perhitungan kota, peningkatan share terbesar terjadi di Kota YGY sebesar 3.53 dan penurunan terbesar terjadi pada kota SMG sebesar -1.02

## PROGRAM

PROGRAM	Tvr	Share
KOMPAS MALAM(F05) L	0.05	1.60
THE INTERVIEW WITH TUKUL ARW L	0.14	6.91
CERITA HATI(R)	0.03	1.58
KOMPAS PAGI	0.08	1.68
KOMPAS SPORT PAGI	0.17	2.53
SAPA INDONESIA PAGI	0.13	1.94
KOMPAS BISNIS(F04)	0.21	3.30
INSPIRASI	0.05	0.66
OPINI	0.05	0.59
KOMPAS SIANG	0.14	1.44
SAPA INDONESIA SIANG	0.12	1.23
INDONESIA UPDATE	0.39	4.19
BEDAH PERISTIWA	0.26	2.64
KOMPAS PETANG	0.65	4.61
BERITA UTAMA	0.50	2.51
SAPA INDONESIA MALAM	0.41	1.88
AIMAN(F06)	0.53	2.58
KOMPAS MALAM(F05)	0.38	1.91
SATU MEJA	0.28	1.91
KOMPAS SPORT MALAM	0.15	1.54
KOMPAS DUNIA	0.08	0.91
KILAS KOMPAS	0.03	0.39
BERITA UTAMA L	0.04	0.74
KOMPAS MALAM(F05) L	0.08	1.83



Competitive Programming Map

Kamis  
12 Oktober 2017

Week : 1741 (08 - 14 Oktober 2017)  
Target Pemirsa : UPPER 15+ (10 KOTA)      Universe: 13,399,360 Sample: 1,855

	KOMPASTV	METRO	TVONE	INEWSTV	RTV	NET	RCTI	SCTV		
	2.39	2.39	2.91	0.83	3.74	4.18	14.02	11.97		
2:00	Kompas Malam(F05) L ('0.19/6.18)	Primetime News L3 '0.16/5.52	Kabar Hari Ini(F04) L '0.1/3.4	Ufc '0.02/0.58	Seleb.Kom(R) ('0/0.09)	Off Broadcast '0/0	Seputar Indonesia Malam ('1.09/35.69) Euro Q Fwc:France Vs Belarus '1/41.63	SCTV Sinema Malam TERPESONA CINTA SANG DEWI '0.47/17.51		
2:30	Kompas Dunia L ('0.18/6.53)				Movinesia DEBBY DEBTCOLLECTOR CANTIK '0.02/1.03					
3:00	Stand Up Comedy Indonesia(R) ('0.16/7.25)		Nsi News Story Insight L3 '0.01/0.63	Bedah Kasus L ('0.09/4.18)	Sidik Kasus ('0.01/0.56)					
3:30	Cerita Hati(R) '0.18/7.71			Selera Asal(R) ('0.1/5.01)					Break Out(R) '0/0.01	Islam Ktp(R) ('0.31/14.14)
4:00		Syiar Kemuliaan ('0/0)	Tafsir Kehidupan(R) ('0.1/3.94)	Majelis Az-Zikra '0.32/12.96	C.S.I Catatan Seputar Invest(R) ('0.12/4.93)		Assalaamu'Alaikum Ustadz(R) ('0.86/36.39)	Kata Ustadz Solmed ('0.38/15.21)		
4:30	Kompas Pagi '0.12/1.55	Metro Pagi Primetime ('0.22/2.56)	Kabar Pagi '0.22/3.46	Inews Update ('0.09/2.96)	Lensa Indonesia Pagi '0.1/2.68	86(R) ('0/0.15)	Seputar Indonesia Pagi '0.55/12.96	Liputan 6 Pagi '0.91/18.33		
5:00				Inews International ('0.07/1.54)		Net.5 '0.1/1.64				
5:30				Inews Sport Pagi ('0.11/1.48)	Cloud Bread ('0.07/0.97)					
6:00				Inews Pagi '0.18/1.76	Robocar Poli ('0.24/2.39)	Indonesia Morning Show '0.16/1.57				
6:30	Kompas Sport Pagi ('0.01/0.05)		Apa Kabar Indonesia Pagi '0.15/1.49		Tayo The Little Bus '0.39/3.78		Sasuke Ninja Warrior Ind 201(R) '0.64/6.49	SCTV FTV Pagi Istimewa PEMBANTUKU SIPENCURI HATI '0.93/9.42		
7:00	Sapa Indonesia Pagi '0.08/0.92	Editorial Media Indonesia '0.28/2.83		Wajah Indonesia ('0.01/0.08)	Hi-5 ('0.36/3.85)	Pagii Pagii '0.31/3.62	Film Keluarga HAPPY FEET '0.69/8.59	SCTV FTV Pagi Istimewa 100K SINEMA '1.09/13.49		
7:30									Seleb.Kom ('0.4/4.6)	
8:00		Selamat Pagi Indonesia '0.19/2.38	Kabar Arena Pagi ('0.02/0.27)	Mnc Shop '0/0.03	Buka Mata Buka Hati(R) ('0.4/5.12)	Sarah Sechan '0.3/3.78				
8:30			Indonesia Plus ('0.05/0.6)		Lejel Home Shopping ('0.27/3.55)					
9:00	Kompas Bisnis(F04) ('0.02/0.25)		Kabar Pasar ('0.04/0.5)	Intermezzo '0.01/0.07	Series Doctors '0.34/4.01			Halo Selebriti '1.15/14.02		
9:30	Bincang ('0.01/0.14)	Xinwen ('0.07/0.86)	Coffee Break ('0.03/0.32)	Special Report(F04) '0.03/0.38	C.S.I Catatan Seputar Investig ('0.4/4.35)	Net.10 '0.07/0.79	Intens '1.49/16.45	SCTV FTV Pagi BUKAN CINTA SILAT LIDAH '1.02/10.64		
10:00	Opini '0.07/0.78	Metro Plus '0.05/0.55	Bedah Kasus ('0.11/1.21)		Lensa Indonesia Siang ('0.29/3.04)		Silet ('1.69/18.11)			
10:30				Hi-5 ('0.6/5.88)	Kisah Pencinta Al-Qur'An ('0.67/6.47)	Net.12 '0.23/2.22	Kisat Dahsyat(C06) '0.31/2.91	Liputan 6 Siang ('0.94/9.04)		
11:00	Kompas Siang '0.13/1.31	Metro Siang '0.2/1.93	Kabar Siang '0.09/0.91	Police Line ('0.03/0.31)	Rainbow Ruby '1.04/9.94		Entertainment E '0.32/3.28	SCTV FTV Siang BIDUAN CANTIK BAU KAMBING '1.34/12.9		
11:30				Inews Siang '0.06/0.57	Regal Academy '1.03/9.81	Break Out '0.27/2.59				
12:00				Speak After Lunch ('0.05/0.43)	Winx Club ('0.77/7.4)	Wonderfood ('0.66/6.27)	Series Bubu '0.35/3.43	SCTV FTV Siang 100K SINEMA '1.89/17.72		
12:30					Dubi Dubi Dam '0.38/3.66	Ok Food ('0.93/9.42)			Seputar Indonesia ('0.42/3.65)	
13:00	Sapa Indonesia Siang '0.25/2.44	News Line '0.17/1.67	Ayo Hidup Sehat '0.1/0.94	Omg '0.08/0.79	Lensa Indonesia Sore ('0.36/3.13)	Net.16 ('0.27/2.31)	Series Top Tukang Ojek Pengkolan '1.52/12.09	Series Kiamat Hari Jum'At '1.54/12.7		
13:30			Kabar Pasar ('0.05/0.45)		Cloud Bread ('0.29/2.48)	Entertainment E ('0.49/3.75)				
14:00	Bingkai Inspirasi ('0.2/1.99)		Liga2:Persebaya Vs Kalteng P(L) '0.66/5.76	Gps ('0.05/0.52)	My Little Pony ('0.42/3.38)	Series Cinta Dan Rahasia Season 2 '0.64/4.33	Series Anak Masjid '1.85/12.32			
14:30				Inspirasi Sore '0.04/0.37	Robocar Poli ('0.47/3.38)			Waktu Indonesia Bercanda Wib '1.12/6.86		
15:00	Indonesia Update '0.35/3.1	Metro Bisnis ('0.05/0.41)		Top(E04) ('0.1/0.87)	Lensa Indonesia Sore ('0.36/3.13)	Series Cahaya Hati(A01) '3.72/19.93	Dunia Terbalik ('4.14/23.26)	Series Tuhan Ada Di Mana-Mana '1.7/9.29		
15:30					Cloud Bread ('0.29/2.48)					
16:00	Bedah Peristiwa ('0.38/3.25)			Jakarta Today ('0.08/0.7)	Tayo The Little Bus '1.05/5.78	Ini Talk Show '1.21/6.03		Anak Langit ('2.44/12.01)		
16:30	Kompas Petang '0.37/2.58	Metro Hari Ini ('0.37/2.66)		Inews Petang '0.13/0.91	Legenda Arya Kamandanu '0.15/0.72					
17:00			Kabar Petang '1.04/7	Inews Sport '0.14/0.92	Hikmah Kehidupan TAKDIR '0.13/0.8	Tonight Show '0.26/2.57	Box Office Movie THE CONJURING '0.13/3.46	SCTV FTV Utama CINTA BERSEMI DI KANDANG KE '0.87/12.32		
17:30					Hikmah Kehidupan 100K SINEMA '0.05/0.45					
18:00	Berita Utama ('0.27/1.7)	Primetime News '0.57/3.36	Liga2:Pscs Vs Psbk(L) '0.46/2.52	Inews Prime ('0.09/0.56)		Net.24 ('0.07/1.27)				
18:30										
19:00	Sapa Indonesia Malam ('0.23/1.27)	Prime Talk ('0.6/3.02)		Polemik '0.13/0.65		Net. Soccer ('0.06/1.55)				
19:30	Rosi ('0.49/2.44)			Inews Malam '0.07/0.34						
20:00	Kompas Malam(F05) '0.79/4.14	Nsi News Story Insight '0.5/2.45	Apa Kabar Indonesia Malam ('0.36/1.75)			Break Out(R) '0.01/0.21				
20:30										
21:00		Idenesia(E04) ('0.28/1.4)								
21:30		Top News ('0.54/3.01)	Indonesia Business Forum '0.39/2.37	Inews Files ('0.05/0.27)						
22:00	Kata Netizen '0.21/1.42	Eagle Awards The Finalist ('0.32/2.37)								
22:30										
23:00	Kompas Sport Malam ('0.07/0.66)	To Target Operasi ('0.32/2.82)	Kabar Hari Ini(F04) ('0.56/5.02)							
23:30	Kompas Dunia ('0.06/0.68)	Metro Sport ('0.32/3.61)	Kabar Arena ('0.28/3.17)							
0:00	Kilas Kompas ('0.01/0.18)	Metro Malam '0.22/4.82	Kabar Dunia ('0.38/6.96)							
0:30	Berita Utama L '0.66/17.75		One Pride Mma Indonesian Mix(R) '0.32/8.96							
1:00		World News ('0.21/6.26)								
1:30	Kompas Malam(F05) L ('0.68/21.17)	Primetime News L3 ('0.2/6.3)								
								Buser ('0.27/8.66)		

- Note : Khusus program Kompas Pagi & Kompas Sport Pagi menggunakan TVR/Share market Jakarta
- Arsir Merah Muda menunjukkan share tertinggi diantara TV berita : Kompas TV, TV One, Metro, Inews TV
- Arsir Biru menunjukkan share tertinggi diantara semua TV
- Yang dilingkari menunjukkan program baru (untuk program stripping dilingkari selama 2 minggu, weekly selama 4 minggu)

Competitive Programming Map

Week : 1741 (08 - 14 Oktober 2017)

Kamis

12 Oktober 2017

Target Pemirsa : UPPER 15+ (10 KOTA) Universe: 13,399,360 Sample: 1,855

	TRANS	TRANS7	MNCTV	IVM	GTV	ANTV	TVRI1				
	6.02	7.97	10.23	14.78	4.41	12.02	0.81				
2:00	Tanpa Batas ('0/0)	Off Broadcast '0/0	Serial ('0.1/3.88)	Stand Up Academy 3(R) '0.52/17.82	Euro Q Fwc:Armenia Vs Poland '0.01/0.3	Naudzubillah Min Dzalik ('0.19/6.04)	Off Broadcast '0/0	2:00			
2:30	Cnn Indonesia Sports ('0/0.09)					Ekspedisi Merah(R) '0.14/5.43		2:30			
3:00	Ethnic Runaway '0.07/2.63							3:00			
3:30	Oh Ternyata(A01) ('0.01/0.45)	Jazirah Islam ('0.02/0.9)	The Adventures Of Superman	Patroli Malam ('0.34/16.11)	Buletin Indonesia Pagi '0.04/1.45	Selamat Pagi Nusantara '0.23/9.47	Jalan Jalan(E04) ('0.01/0.49)	3:30			
4:00	The Amazing World Of Gumball ('0.01/0.27)		Bengkel Akhlak ('0/0.07)	Fokus Malam ('0.4/17.95)				4:00			
4:30	Ben 10 ('0.06/1.96)		Lintas Pagi ('0.36/13.08)	Just For Laughs Gags ('0.35/13.94)				4:30			
5:00	Islam Itu Indah '0.73/9.92	Musafir ('0.27/7.26)	Sofia The First ('0.05/1.33)	Fokus Pagi '0.7/13.77	Dragon Ball '0.11/2.39	Curious George(R) ('0.33/9.76)	Serambi '0.31/6.04	5:00			
5:30		Khazanah ('1.17/18.06)	Mickey And The Roadster Racers ('0.27/4.15)	Mamah& Aa' Beraksi '1.8/17.98		Munki And Trunk(R) '0.3/4.09	5:30				
6:00		Redaksi Pagi '0.76/7.74	Handy Manny ('1.04/11.45)			Masha And The Bear(D03)(R) '0.75/7.31	Indonesia Pagi '0.1/0.93				
6:30	Insert Pagi '1.79/17.41	Shaun The Sheep ('0.74/7.08)	Blaze And The Monster Machines '0.22/2.43		6:00						
7:00		Ragam ('0.82/7.99)	Paw Patrol ('0.45/4.37)	6:30							
7:30		Selebrita Pagi '1.36/14.23	Selamat Pagi Upin & Ipin '1.27/13.25	Rabbids Invasion Vs Kung Fu Pa '0.57/5.82	Semangat Pagi '0.06/0.65	7:00					
8:00	Cnn Indonesia Good Morning '0.59/6.57	Series Cermin Kehidupan '0.83/9.95	Sinema Spesial JASAD PENIPU DILILIT AKAR '1.07/13.68	Pintu Berkah BERKAH PUASA SENIN KAMIS '1.99/24.6	Sang Pemangsa '0.2/2.39	Series Kecil-Kecil Mikir Jadi Mante(R) '0.51/5.96	Netting '0.03/0.42	7:30			
8:30	Pagi Pagi Pasti Happy '0.54/6.79					100K SINEMA ('1.48/16.43)		Rimba Pemburu '0.2/2.49	Series Jodoh(R) '0.96/11.45	Negeri Indonesia ('0.02/0.27)	8:00
9:00	FTV BROKEN HEARTS DAY '0.41/4.37									Doeloe Sekarang ('0.82/9.29)	Obsesi ('0.22/2.47)
9:30		Cctv '0.66/7.21	Hot Kiss ('1.68/18.95)	Buletin Indonesia Siang '0.27/2.93	Indonesia Membangun ('0.04/0.46)		9:00				
10:00		Selebrita Siang '0.39/3.89	Patroli '1.55/16.45	Series Warkop Dki The Series '0.69/6.71		Nakusha ('1.95/19.47)	Kuliner ('0.06/0.6)	10:00			
10:30	Redaksi Siang ('0.56/5.42)	Kisah Nyata Siang ANTARA IBUKU DAN MERTUAKU '1.11/10.68	Preman Pensiun ('0.32/3.16)					Series Madhubala '1.14/10.91	Indonesia Siang '0.11/1.08	10:30	
11:00	Laptop Si Unyil ('0.64/6.08)	Upin & Ipin ('1.65/15.81)			Kisah Nyata AKU MENIKAH BUKAN KARENA HA '1.58/15.2				Goblin ('0.26/2.31)	Cerdas Cermat 4 Pilar Mpr Ri ('0.1/0.92)	11:00
11:30	Si Bolang Bocah Petualang ('1.11/10.63)	Asj '1.57/15.03		Kisah Nyata JERITAN SEORANG ISTRI '1.77/13.91		Big Movies Family THE ANGRY BIRDS MOVIE '0.37/2.71	Jelajah ('0.05/0.46)				11:30
12:00	Dunia Binatang ('1.32/12.58)	Rumah Mama Amy '0.91/8.76	Golden Memories Vol. 2 '1.88/10.72					The Voice Kids Indonesia Sea 2 '1.27/6.83			Tvri Sport ('0.17/1.69)
12:30	Tau Gak Sih ? ('1.8/17.32)	Lintas Petang ('1.06/9.12)			Stand Up Academy 3 '2.15/14.09				X-MEN DAYS OF FUTURE PAST ('0.76/4.85)	Buah Hatiku Sayang ('0.07/0.59)	
13:00	Redaksiana ('1.01/10.14)	Sinema Spesial 100K SINEMA '1.16/9.17		Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Big Movies Platinum SWITCH '0.3/5.05	Indonesia Hari Ini '0.12/0.98				
13:30	Jejak Si Gundul ('0.97/8.6)	Shaun The Sheep ('1.07/7.29)	Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway					Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)			English News Service ('0.09/0.61)
14:00	Orang Pinggiran ('1.32/11.21)	Adit Sopo Jarwo(D03) ('1.84/11.78)			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
14:30	Hitam Putih '1.46/8.94	Upin & Ipin Bermula '1.37/7.59		Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
15:00	On The Spot(E04) '1.98/10.33	Series Kuasa Ilahi '1.32/6.48	Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
15:30	Opera Van Java '1.18/5.79	Mahabharata ('2.54/13.44)			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
16:00	Series Apa Kata Dunia '0.77/4.36	Series Jodha Akbar '1.18/9.93		Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
16:30	File Reskrim '0.36/2.88	Jendela ('0.56/8.33)	Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
17:00	Redaksi Malam ('0.4/4.07)	Lintas Malam ('0.38/8.74)			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
17:30	Sport 7 ('0.2/2.68)	Midnite Great Sale ('0.03/0.94)		Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
18:00	Top 20 Funniest '0.13/3.24	Series Serial '0/0.14	Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
18:30	Theater Malam TEREKAM CCTV '0.17/5.22				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
19:00				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
19:30			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
20:00					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
20:30				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
21:00			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
21:30					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
22:00				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
22:30			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
23:00					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
23:30				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
0:00			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
0:30					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
1:00				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
1:30			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)
					Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29				Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)	
				Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29		Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway	Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)				
			Stand Up Academy 3(R) '1.02/28.29					Euro Q Fwc:San Marino Vs Norway			Naudzubillah Min Dzalik ('0.29/9.82)



**DAILY SHARE**

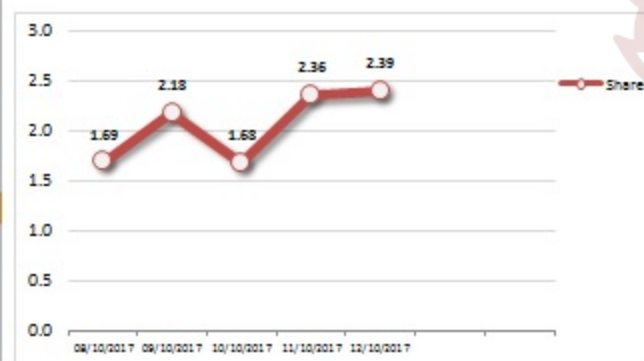
CHN	SHARE 12/10/2017	(+/-) PREV DAY
KOMPA TV	2.39	0.03
METRO	2.39	0.04
TVONE	2.91	-0.44
INEWSTV	0.83	-0.45

**AVERAGE AUDIENCE SHARE**

08/10/2017 to 12/10/2017

CHN	SHARE	(+/-) PREV WEEK <sup>1</sup>
KOMPA TV	2.06	0.26
METRO	2.12	-0.03
TVONE	4.16	-1.19
INEWSTV	0.83	0.04

<sup>1</sup>Prev Week on the same days

**KOMPAS TV TREND DAILY SHARE**

**KOMPAS TV SHARE BY DAYPART**

DAYPART	SHARE 12/10/2017	(+/-) PREV DAY
ALL DAYPART	2.39	0.03
04:30 - 06:59	1.07	-0.05
07:00 - 10:59	0.71	0.01
11:00 - 12:59	1.31	-0.74
13:00 - 14:59	2.35	1.49
15:00 - 16:29	3.11	1.52
16:30 - 18:59	2.18	-0.53
19:00 - 20:59	2.05	-1.99
21:00 - 21:59	4.29	0.72
22:00 - 22:59	1.52	-0.06
23:00 - 24:29	0.55	-2.94
24:30 - 04:29	12.13	8.32

**KOMPAS TV SHARE BY CITIES**

DAYPART	SHARE 12/10/2017	(+/-) PREV DAY
10 CITIES	2.39	0.03
JKT	1.93	-0.07
SBY	1.97	1.02
YGY	4.57	-1.9
BDG	4.15	-1.05
SMG	5.21	2.39
PLB	1.43	-1.49
MKS	2.55	-1.16
DPS	6.06	0.84
BJMN	0.49	-0.65
SRKT	3.73	-1.12

**Note :**

Share Kompas TV tanggal 12/10/2017 adalah sebesar 2.39 meningkat sebesar 0.03. Secara perhitungan daypart, peningkatan terbesar terjadi pada slot 24:30 - 04:29 sebesar 8.32 dan penurunan terbesar terjadi pada slot 23:00 - 24:29 sebesar -2.94. Untuk perhitungan kota, peningkatan share terbesar terjadi di Kota SMG sebesar 2.39 dan penurunan terbesar terjadi pada kota YGY sebesar -1.9

**PROGRAM**

PROGRAM	Tvr	Share
KOMPAS MALAM(F05) L	0.19	6.18
KOMPAS DUNIA L	0.18	6.53
STAND UP COMEDY INDONESIA(R)	0.16	7.25
CERITA HATI(R)	0.18	7.71
KOMPAS PAGI	0.12	1.55
KOMPAS SPORT PAGI	0.01	0.05
SAPA INDONESIA PAGI	0.08	0.92
KOMPAS BISNIS(F04)	0.02	0.25
BINCANG	0.01	0.14
OPINI	0.07	0.78
KOMPAS SIANG	0.13	1.31
SAPA INDONESIA SIANG	0.25	2.44
BINGKAI INSPIRASI	0.20	1.99
INDONESIA UPDATE	0.35	3.10
BEDAH PERISTIWA	0.38	3.25
KOMPAS PETANG	0.37	2.58
BERITA UTAMA	0.27	1.70
SAPA INDONESIA MALAM	0.23	1.27
ROSI	0.49	2.44
KOMPAS MALAM(F05)	0.79	4.14
KATA NETIZEN	0.21	1.42
KOMPAS SPORT MALAM	0.07	0.66
KOMPAS DUNIA	0.06	0.68
KILAS KOMPAS	0.01	0.18
BERITA UTAMA L	0.66	17.75
KOMPAS MALAM(F05) L	0.68	21.17

## Prestasi Kompas TV di Bidang Pemberitaan

Kompas TV sebagai stasiun televisi yang baru saja berumur kurang lebih 7 tahun telah berhasil memberikan prestasi yang menunjukkan hasil kerja yang memuaskan. Hal tersebut dari banyaknya penghargaan yang diperoleh dari banyak produk Kompas TV berupa program siaran informasi (berita), program acara hiburan Kompas TV, film dan promo produk yang berkorporasi. Berikut prestasi Kompas TV yang terkait dengan pemberitaan.



Gambar 27. Beragam Award Kompas Gramedia TV (KGTV)  
(Sumber: Kompas TV Network, 2014)

- a. Program Berita Terbaik Anugrah KPI 2016 untuk program acara *Kompas Siang*

Program *Kompas Siang* di Kompas TV mendapatkan penghargaan untuk kategori program berita terbaik dalam Anugerah KPI 2016. Penghargaan ini diterima dalam acara Anugerah KPI ke-11 di Studio 1 Transmedia, Jakarta.

b. Piala Adinegoro 2011 untuk program acara *Berkas Kompas*

Program acara *Berkas Kompas* meraih penghargaan dengan kategori Jurnalistik Televisi dari Persatuan Wartawan Indoneisa (PWI) dengan judul karya *Menggarami Lautan Garam*. Penghargaan ini merupakan suatu kebanggaan bagi tim *Berkas Kompas* yang mengulas mengenai ekspor dan impor garam. Penghargaan ini diserahkan dalam acara puncak acara Hari Pers Nasional (HPN) yang diselenggarakan pada 9 Pebruari 2012 di Jambi. *Berkas Kompas* merupakan salah satu program *investigative reporting* yang diproduksi oleh Kompas TV.

c. Piala Adinegoro 2013 untuk program acara *Garis Depan*

Program acara *Garis Depan* meraih penghargaan dengan kategori Jurnalistik Terbaik dengan judul *Yang Terlupakan di Atambua*. Penghargaan ini merupakan penghargaan kali kedua Piala Adinegoro yang diraih Kompas TV. Piala Adinegoro 2013 diserahkan pada saat Hari Pers Nasional di Bengkulu tanggal 6-10 Februari 2014. *Garis Depan* merupakan salah satu program dokumenter yang diproduksi oleh Kompas TV. Program ini menceritakan wajah serambi negeri, di mana Warga Negara Indonesia hidup di perbatasan dengan berbagai kesulitan seperti minimnya infrastruktur, fasilitas sosial yang tidak mumpuni, buruknya pendidikan, dan lain sebagainya.

d. Piala Adinegoro 2014 pada program acara *Berkas Kompas*

Program acara *Berkas Kompas* kembali meraih penghargaan tertinggi dengan kategori Jurnalistik Terbaik dengan judul *Anak-Anak Sampah*. Piala Adinegoro 2014 diserahkan pada saat Hari Pers Nasional yang diselenggarakan di Batam, Provinsi Kepulauan Riau pada 6-15 Pebruari 2015.

e. Anugerah Tirto Adhi Soerjo 2011 untuk program acara *Ekspedisi Cincin Api*

Liputan *Ekspedisi Cincin Api* mendapatkan penghargaan Tirto Adhi Soerjo yang diberikan pada 7 Desember 2011. Liputan *Ekspedisi Cincin Api* yang ini bercorak liputan ekspedisi yang memberikan warna baru dalam jurnalisme Indonesia. *Ekspedisi Cincin Api* ini dilangsungkan oleh Kompas TV selama beberapa tahun lalu dengan pendekatan multimedia, *multichannel*, dan *multiplatform*. Yang dapat disaksikan melalui berbagai platform, seperti Kompas, Kompas.com dan Kompas TV. Konten *Ekspedisi Cincin Api* juga dapat diunduh di iPad melalui *AppStore* dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

f. *CNN Best Economic News* program 2012 untuk program acara *Kompas100*

Program ekonomi bisnis yang ditayangkan oleh Kompas TV, yaitu *Kompas100* berhasil meraih dua penghargaan secara sekaligus sebagai pemenang dan *runner up* dalam kategori *Economic and Business Award*. Penghargaan ini diselenggarakan atas kerjasama Indovision dan CNN melalui



program *Television Journalist Award 2012* sebagai bentuk apresiasi dan pengakuan atas karya jurnalistik di Indonesia. *Kompas100* berhasil mendapatkan penghargaan dalam liputan mengenai kantung plastik ramah lingkungan dalam kategori *Best Single News Story*, *Feature Award*, *Economics and Business Award* dan *Indovision Education Award* serta liputan mengenai rendahnya konsumsi keramik per kapita di Indonesia harus puas menjadi *runner up* dalam penghargaan ini.

g. *Sumsel Jurnalis Award Best Script (Nasib Musridi Sungai Musi)*

Penghargaan dengan kategori *best script* dalam karya *Nasib Musridi Sungai Musi* ini diraih oleh Kompas TV pada acara *Sumatera Selatan Jurnalis Award* pada 21 Juni 2012.